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



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

Mujeres en el periodismo deportivo y el rol que desempeñan en los medios de comunicación

AUTOR:
Erick Santiago Gallegos Morales

Trabajo de investigación previo a la obtención de Licenciado en Comunicación Social

TUTOR: Dr. Walter Viteri Torres
Ambato – Ecuador
2024

Aprobación del Tutor

En calidad de tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema "MUJERES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO Y EL ROL QUE DESEMPEÑAN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN", del señor Erick Santiago Gallegos Morales, egresado de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que el trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 26 de julio de 2024.

.....

Mg. Dr. Walter Viteri Torres

C.I 1802008118

Autoría del trabajo de Titulación

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: "MUJERES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO Y EL ROL QUE DESEMPEÑAN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN". Así como también las ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de exclusiva responsabilidad del autor.

Ambato, 26 de julio de 2024



……

Erick Santiago Gallegos Morales

C.I 1804926762

Autor

Derecho de autor

Yo, Erick Santiago Gallegos Morales, en calidad de autor del proyecto de investigación tesis en el tema: "MUJERES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO Y EL ROL QUE DESEMPEAÑAN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN", cedo los derechos patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, y apruebo su reproducción dentro de las regulaciones de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, con fines estrictamente académicos o de investigación, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos como autor.

Ambato, 26 de julio de 2024



……..

Erick Santiago Gallegos Morales

C.I 1804926762

Autor

Aprobación del tribunal de grado

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: "MUJERES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO Y EL ROL QUE DESEMPEÑAN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN", presentado por el Señor Erick Santiago Gallegos Morales, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título de Licenciado en Comunicación de Tercer Nivel, de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato ……2024

Para constancia firma:

…….

Presidente

…… ……

Miembro del Tribunal Miembro del Tribunal

Dedicatoria

Este proyecto de investigación va dedicado para mis padres: Roberto Gallegos y Silvia Morales, quienes fueron fundamentales para apoyarme y guiarme durante todo este proceso universitario, nunca me dejaron solo y siempre estuvieron presentes para no rendirme y continuar con mis estudios, también quiero dedicar este trabajo para mi hermana Karina, que con sus consejos siempre estuvo en las malas y en las buenas, a mis sobrinos: Joao y Zoe, ellos me inspiraron para seguir adelante, y por último también va dedicado para mi abuelito Raúl Enrique Gallegos que está en el cielo.

Agradecimiento

Agradezco a Dios y la virgen por darme salud y vida para culminar con mis estudios universitarios, a pesar de todas las dificultades que tuve que pasar en la vida nunca me dejaron solo, siempre estuvieron presentes las bendiciones, agradezco a mis padres, a mi hermana y sobrinos, también a toda mi familia que me apoyaron durante los años de universidad, con sus consejos me guiaron por un buen camino.

Agradezco a mi abuelita Margoth Vallejo que aún le tengo con vida, ella siempre estuvo pendiente de mí, con sus palabras de aliento y sus buenos consejos, le agradezco por su apoyo y su tiempo brindado hacia mí, por cuidarme gran parte de mi vida.

Quiero agradecer especialmente a mis abuelitos maternos Enrique Morales y Maruja Vinuesa, ellos con sus bendiciones me guiaron y me apoyaron para continuar con mi carrera universitaria.

También un agradecimiento especial para la familia Córdova Pacheco, quienes en los últimos años de mi carrera universitaria fueron pieza fundamental para no dejar mis estudios, muchas gracias por su apoyo, sus consejos y no dejarme rendir en la vida.

Índice general de contenidos

Portada i

Aprobación del tutor ii

Autoría del trabajo de titulación iii

Derecho de autor iv

Aprobación del tribunal de grado v

Dedicatoria vi

Agradecimiento vii

Índice de Figuras x

Resumen ejecutivo xi

Abstrac xii

CAPITULO I. MARCO TEÓRICO 1

1.1. Antecedentes investigativos 1

Periodismo 3

Historia del periodismo 4

Periodismo radial 5

Periodista radiofónico 6

Periodismo deportivo 6

Las mujeres en el periodismo deportivo 7

Nuevos medios nuevos géneros. 8

Perspectivas de Género 9

Género, medios de comunicación y elecciones: censura y estereotipos de género 10

Feminismo 11

1.2. Objetivos 12

1.2.1. Objetivo general 12

1.2.2. Objetivos específicos 12

CAPITULO II. METODOLOGÍA 13

2.1. Materiales 13

Humanos 13

Físicos 13

Económicos 13
Institucionales 13
2.2 Métodos 13
Enfoque de la investigación 13
Enfoque cuantitativo 14
Modalidad de la investigación 14
Métodos 14
Fuentes primarias 14
Población y Muestra 16
Población 16
Muestra 16
CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN 18
3.1 Análisis y discusión de los resultados. 18
Discusión 39
3.2 Verificación de Hipótesis 40
CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 42
4.1. Conclusiones 42
4.2. Recomendaciones 43
Materiales de Referencia 45
Referencias bibliográficas 45
ANEXOS 50
Anexo 1 50
Anexo 2 50
Anexo 3 51
Anexo 4 **Anexo 5** 51
Anexo 6 52
Anexo 8 52
Anexo 9 53
Anexo 10 54

Índice de Figuras

FIGURA 1 INCLUSIÓN DE MUJERES Y HOMBRES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO ---------- 18
FIGURA 2 USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ---------- 19
FIGURA 3 PARTICIPACIÓN DE LAS VOCES FEMENINAS ---------- 20
FIGURA 4 MUJERES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO POR SU CAPACIDAD ---------- 21
FIGURA 5 ESCUCHAR A LAS MUJERES EN LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS ---------- 22
FIGURA 6 ENTREVISTAS, COMENTARIOS O RELATOS DE LAS MUJERES PERIODISTAS ---------- 23
FIGURA 7 FUNCIONES AL MISMO RANGO QUE LOS VARONES ---------- 24
FIGURA 8 PRESENCIA DE MUJERES REALIZANDO PERIODISMO DEPORTIVO ---------- 25
FIGURA 9 MEDIO DE COMUNICACIÓN MÁS ESCUCHADO ---------- 26
FIGURA 10 FUNCIONES PARA LAS MUJERES EN EL PERIODISMO DEPORTIVO ---------- 27

Índice de Tablas

TABLA 1POBLACION Y MUESTRA 17
TABLA 2ENTREVISTA VANESSA VARGAS 28
TABLA 3ENTREVISTA SEBASTIÁN NÚÑEZ 33
TABLA 4 ENTREVISTA ANTONIO FLORES 36

Resumen Ejecutivo

El periodismo deportivo ha sido históricamente dominado por hombres, pero en las últimas décadas se ha observado un incremento significativo en la inclusión de mujeres en esta área. A nivel global, estudios han documentado los logros y desafíos de las mujeres en el deporte y el periodismo deportivo, destacando las contribuciones significativas, pero también los obstáculos persistentes relacionados con la discriminación de género y el acoso. En América Latina, investigaciones muestran un notable crecimiento en la participación femenina en los medios deportivos, aunque persisten desafíos. En Ecuador, se revela un incremento considerable en la participación femenina en programas deportivos, destacando los esfuerzos por romper paradigmas y enfrentar la discriminación. El objetivo del presente trabajo es analizar el rol que desempeñan las mujeres en el periodismo deportivo y cómo su participación influye en la representación de los deportes femeninos en los medios de comunicación. La metodología que se utilizó es cuantitativa, ya que se encuestó a 370 personas(audiencia) quienes asisten a los partidos de fútbol en el estadio bellavista de la ciudad de Ambato, además se realizaron entrevistas a periodistas del medio que tienen amplia trayectoria y experiencia en el área del periodismo deportivo. El estudio sobre las mujeres en el periodismo deportivo y la participación en los medios de comunicación declara que, el rol de la mujer dentro de la radio en las transmisiones de fútbol es realizar voz comercial, borde de campo o simplemente cumplir con entrevistas en los programas deportivos, además se pudo constatar que es importante la inclusión de mujeres periodistas en diferentes funciones al mismo rango que los varones, también pues se pudo diagnosticar que la audiencia no ha escuchado a muchas mujeres realizando actividades en programas deportivos, han sido muy pocas, aun así les gustaría escuchar a mujeres en el relato o comentarios en partidos oficiales de futbol. En definitiva, en la ciudad de Ambato y en diferentes partes del Ecuador, aún existe la desigualdad en el campo del periodismo deportivo, ya sea por los mismos estereotipos o simplemente la discriminación. La inclusión de más mujeres en estos roles clave no solo enriquecería la narrativa deportiva, sino que también contribuiría a una representación más justa y equilibrada en los medios de comunicación de Ambato.

Palabras claves: Periodismo, Discriminación, Futbol, Desigualdad, Mujeres, Genero, Audiencia.

ABSTRAC

In the 21st century, the presence of women in sports journalism, an area of great relevance within the media industry, is still a problem. Using the category of gender to characterize the sports field as a space of generic distinction where dominance is built around masculinity, we analyze how this model transcends in the representation of sports in the press, radio and television.

This proposal was also born with the idea of investigating the knowledge of women's participation in sports journalism, which has been created exclusively to occupy roles that limit the opportunities to emerge in the different occupations within the radios in the city of Ambato, including the work of commentator or narrator in soccer games. The methodology used is quantitative, since 370 people (audience) who attend soccer games at the Bellavista stadium in the city of Ambato were surveyed, and interviews were conducted with journalists who have extensive experience in the area of sports journalism. Within the world of journalism, there are women who work in this area, the problem is when they want to get more involved with the media, many assume that this area of journalism should be exercised and led by men.

The study on women in sports journalism and participation in the media states that the role of women in radio in soccer broadcasts is to perform commercial voice, field edge or simply fulfill interviews in sports programs, it was also found that it is important the inclusion of women journalists in different functions at the same rank as men, also because it was diagnosed that the audience has not heard many women performing activities in sports programs, there have been very few, yet they would like to hear women in the story or comments in official soccer matches. In short, in the city of Ambato and in different parts of Ecuador, there is still inequality in the field of sports journalism, either by the same stereotypes or simply discrimination. The representation of women in the media in Ambato shows a trend towards greater inclusion, although still insufficient compared to men. The inclusion of more women in these key roles would not only enrich the sports narrative but also contribute to a more just and balanced representation in Ambato's media.

Keywords: Journalism, Discrimination, Football, Inequality, Women, Gender, Audience.

CAPITULO I. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes investigativos

El periodismo deportivo ha sido tradicionalmente un campo dominado por hombres. Sin embargo, en las últimas décadas, ha habido un incremento significativo en la inclusión de mujeres en esta área. Diversos estudios, tanto de literatura científica como de literatura gris (tesis), han abordado la presencia y el rol femenino en este campo desde diferentes perspectivas a nivel mundial, regional y local.

A nivel global, autores como Staurowsky et al. (2020) han examinado el estado del deporte femenino en los Estados Unidos, abarcando los logros, desafíos y oportunidades aún no realizadas. Se centraron en áreas clave relacionadas con la participación, beneficios, barreras, salud y seguridad, igualdad de género, representación femenina en la industria deportiva y cobertura mediática, destacando los avances y las áreas que requieren atención urgente para lograr una verdadera equidad.

Dhiman (2023) resaltó las oportunidades y desafíos que enfrentan las periodistas en la industria de los medios de comunicación. El estudio examinó tanto las contribuciones significativas de las mujeres en el periodismo como los obstáculos que aún deben superar para lograr la igualdad y el éxito en sus carreras. El autor concluye que, aunque han hecho contribuciones notables y desempeñan un papel vital en la industria de los medios, todavía enfrentan importantes desafíos relacionados con la discriminación de género, el acoso y la subrepresentación en posiciones de liderazgo.

Otro estudio relevante es el de Holmqvist (2020), que analizó las percepciones y experiencias de las periodistas deportivas en Suecia y Brasil desde la perspectiva de culturas periodísticas de género, comparando estos dos países. El estudio concluyó que, a pesar de las diferencias contextuales entre Suecia y Brasil, existen más similitudes que diferencias en las percepciones y experiencias de las periodistas deportivas en estos países. Ambas se sienten más respetadas y con mayor voz en las redacciones deportivas, aunque todavía enfrentan algunos desafíos relacionados con el sexismo. La principal diferencia radica en la comprensión del sexismo y la identidad femenina, siendo más compleja en Suecia que en Brasil.

Hindman y Walker (2020) examinaron las experiencias del género femenino con el sexismo, tanto manifiesto como sutil, en la industria deportiva y el impacto que estas experiencias tienen en sus carreras. Los resultados del estudio sugieren que la cultura de

las organizaciones deportivas perpetúa el sexismo, incluyendo la disminución y la cosificación de las féminas. Estas experiencias tienen consecuencias profesionales y emocionales, y navegan estas situaciones empleando tácticas que les permiten sobrevivir en la industria deportiva.

En un contexto más regional, Rojas (2022) reveló que este sector en Perú ha experimentado un notable crecimiento y que las mujeres han sido fundamentales en este avance. Han contribuido a desmantelar estereotipos y prejuicios, y su participación en los medios deportivos es cada vez más habitual y reconocida. No obstante, aún enfrentan desafíos y un escrutinio continúo debido a la prevalencia masculina en el sector.

En Perú, Andia (2022) buscó identificar cómo se percibe la participación de las mujeres en este programa desde perspectivas visuales, auditivas y sociales, evaluando su imagen, discurso y desempeño profesional y humano. Los hallazgos indicaron que en el programa son vistas de manera desfavorable en comparación con sus colegas hombres, debido a estereotipos y discriminación en su rol profesional. No obstante, existe optimismo entre ciertos sectores de la audiencia y especialistas respecto al potencial de mejora en la valoración y desarrollo profesional.

Por otro lado, Prieto (2018) mostraron que, aunque la integración de mujeres en el periodismo deportivo en Colombia ha sido más lenta debido a factores culturales, ha habido un aumento significativo en su participación en los últimos años. La comunicación ha sido un mediador clave en este proceso, y han comenzado a asumir roles más visibles y diversos en los medios.

Uno de los estudios significativos en Ecuador es el de Torres y Ochoa (2021), que se centraron en la lucha por romper paradigmas, eliminar tabúes y enfrentar diversas formas de discriminación de los hombres, así como en su desarrollo profesional, especialmente en los últimos cinco años. Además, investigaron el aumento porcentual de mujeres en programas deportivos y su protagonismo en diversas actividades tanto en los medios tradicionales como en los alternativos. El estudio mostró un incremento considerable en la participación femenina en los programas deportivos.

En Cuenca, Ávila (2019) concluyó que la participación femenina en el periodismo deportivo está en aumento. Las mujeres en esta área han enfrentado numerosos desafíos, incluyendo discriminación, falta de confianza y roles basados en su apariencia. Aunque

su participación está incrementándose, aún enfrentan barreras significativas y discriminación, siendo frecuentemente asignadas a roles superficiales en lugar de ser reconocidas por su capacidad de análisis y comentario.

El estudio de Tisalema (2023), mostró que, aunque las mujeres ocupan roles específicos como la realización de entrevistas, comentarios y cobertura en campo, aún enfrentan desigualdades significativas, especialmente en cuanto a los salarios, lo que refleja una persistente inequidad de género en este ámbito.

En la misma ciudad de Ambato, Silva (2018) investigando tanto las ventajas como los desafíos de que las mujeres asuman nuevas funciones periodísticas al transmitir información. El estudio concluyó que en el periodismo deportivo en las radios de Ambato están obteniendo reconocimiento y aceptación, desafiando estereotipos y demostrando su habilidad para desempeñar roles importantes en la cobertura en vivo de eventos deportivos. Además, esta inclusión puede generar beneficios económicos y atraer más audiencia para las estaciones de radio.

Además, Crespo (2019) concluyó que, aunque las mujeres tienen una mayor presencia en medios radiales y digitales, todavía enfrentan dificultades para entrar y especializarse en el periodismo deportivo. Sin embargo, las que logran hacerlo se destacan por su conocimiento, pasión y cuidado de su imagen.

En la misma ciudad, Rubio (2018) concluye que las periodistas deportivas en Machala desempeñan un papel fundamental en los medios, aunque enfrentan varios desafíos. Los instrumentos aplicados como encuestas y entrevistas realizadas proporcionaron una visión detallada de su participación, el reconocimiento de sus contribuciones y las dificultades que deben superar en su entorno laboral.

Periodismo

El periodismo se puede distinguir de otras actividades de comunicación por ciertas características y prácticas identificables. Su objetivo principal es ofrecer información, es decir, brindar a los ciudadanos declaraciones de hechos confiables, veraces y oportunas. Utiliza recursos sonoros, visuales, escritos o audiovisuales para lograr sus objetivos.

Aunque los medios digitales y las redes sociales ofrecen inmediatez y conveniencia, también presentan desafíos significativos en términos de desinformación. Domenico et al. (2021) encontraron que las noticias falsas incluyendo las deportivas se difunden más rápido en las redes sociales que las noticias verdaderas, lo que puede afectar la calidad

de la información recibida por los usuarios. Estos elementos no solo distinguen al periodismo de otras formas de comunicación, sino que lo hacen indispensable para las sociedades democráticas.

Un periodista que quiera cumplir con su deber como tal debe seguir las siguientes pautas para proporcionar a la gente la información que necesita para ser libre y autónoma (Universidad ORT Uruguay, s.f.)

- La primera obligación del periodismo es con la verdad.
- Debe su fidelidad a la ciudadanía.
- Su esencia es una disciplina de verificación.
- Sus practicantes, los periodistas, deben mantener independencia de aquellos a los que cubren.
- Debe servir como monitor independiente de poder.
- Debe proporcionar un foro para la crítica pública y el acuerdo.
- Debe procurar hacer las cosas importantes, interesantes y relevantes.
- Debe mantener las noticias extensas y proporcionales.
- Se debe permitir a sus practicantes ejercer su "conciencia personal" (Universidad ORT Uruguay, s.f.)

Historia del periodismo

Surge a comienzos del siglo XVII el primer modelo periodístico de la Historia: las Gacetas. En un principio se trató de una relación de periodicidad semanal, llamadas en seguida Semanarios y/o Gacetas. Ya en 1597, en Florencia y Augsburgo se hicieron tentativas de publicar relaciones semanales, sin demasiado éxito. Las primeras con cierta continuidad de las que se tiene noticia fueron impresas en 1609, una en Estrasburgo y la otra en Wolfenbíitel. Precisamente la demanda de noticias y de información está detrás de la invención de la imprenta, en un momento en el que se hizo imprescindible la multiplicación de los textos. La imprenta nació como medio para facilitar la actividad burocrática de los poderes sociales, políticos y religiosos, vía de acceso al pensamiento escrito y, sólo secundariamente, como instrumento de la creación

intelectual. Es por ello que surge en una ciudad comercial alemana como Maguncia donde Johann Gutenberg pudo conseguir los tipos móviles metálicos para la impresión, perfeccionar la tinta, adecuar la prensa de lagar para las nuevas necesidades de aquellos momentos, e imprimir como primer libro una Biblia publicada en 1456 (Nuño).

Periodismo radial.

La radio es un lenguaje que enfrenta desafíos y oportunidades a nivel comercial y técnico. Los oyentes actuales son cada vez más exigentes y hay que invertir tiempo y dinero en mejorar la programación, aunque un error común es seguir el tren y olvidar que la radio es una fuente inagotable de creatividad. La radiodifusión tiene un gran potencial en la comunicación de masas y requiere que los profesionales estén completamente preparados para entregar un trabajo de calidad insuperable en fondo y forma, contribuyendo así al desarrollo general del receptor. Para conseguir este objetivo hay que competir cada día, cada minuto, sin parar.

"La Radio es el teatro de la mente y lo reúne todo, los personajes y las situaciones junto con las palabras" (Ogily). La radio tiene la posibilidad de pintar el mundo con palabras, al ser un medio ciego. Por lo tanto, cuando sucede un hecho noticioso este medio permite que los periodistas radiofónicos tengan que describir la realidad le que rodea, el ambiente, el momento, para hacer participar al oyente del hecho que se le está transmitiendo (Sanchez, 2013). El italiano Guillermo Marconi fue quien abrió las puertas de las comunicaciones por radio en 1896. Él fue el primero en observar las ondas de radio como un método de comunicación.

En la publicación de Johana Delgado Sánchez menciona que el periodismo radiofónico es una forma de comunicación social que permite analizar y difundir de manera organizada, clara y concisa los hechos de interés público a través de las ondas radiales, en el momento en que ocurren, con la carga informativa o emotiva y en el menor tiempo posible. Porque posee características propias, no podemos creer que informar a través de la radio es lo mismo que informar a través de la prensa u otro medio. Es muy importante conocer las características que nos ofrece un medio ciego por naturaleza como la radio, para no cometer los mismos errores, para hacer de la creatividad nuestra principal fortaleza en el ejercicio del periodismo radiofónico (Sanchez, 2013).

Por otro lado, conviene recurrir a la reiteración de ideas, es decir, dar a conocer un contenido y proceder a su repetición con el objetivo de que la memoria del receptor

retenga, ya que el mensaje radiofónico es efímero. “En definitiva, el periodismo radiofónico se resume en la siguiente premisa: contar todas las cosas que pasan, en el momento mismo de los hechos, con toda la carga informativa o emotiva y en el menor tiempo posible” (Cornejo).

Periodista radiofónico

El Periodista Radiofónico debe reunir las exigencias de criterio e intuición. Debe saber buscar, seleccionar, valorar y elaborar información. Además, debe tener unas condiciones básicas para traducir a voz y sonidos los hechos informativos. Hace 50 años este oficio se veía muy diferente a como se percibe hoy. Se trataba de una profesión de alto respeto y dignidad. La ejercía un grupo reducido de personas que obtenían el reconocimiento de sus sociedades. Un periodista era una persona de importancia, admirada. (Kapuscinki, 2003). “El periodismo se encuentra entre las profesiones más gregarias que existen, porque sin los otros no podemos hacer nada. Sin la ayuda, la participación, la opinión y el pensamiento de otros no existimos” (Kapuscinki, 2003).

Periodismo deportivo

El periodismo deportivo tiene una parte importante de opinión y hay muchos profesionales que se han especializado en esta vertiente. Ahora bien, para ello se hace necesario tener un conocimiento especializado, bien del equipo que se está siguiendo o bien del deporte en cuestión. Si hay un ejemplo claro de periodismo deportivo de opinión, es el relacionado con el fútbol. La mayoría de los medios de comunicación deportivos están decantados, más o menos, con algún equipo o con algunos jugadores. Por lo tanto, la opinión se valora como elemento que engancha a la audiencia. España es, sin duda alguna, uno de los países en los que el periodismo deportivo de opinión ha tenido más peso. Hoy sigue siendo importante y es una de las mejores formas de fidelizar seguidores. La extensión de internet y su interrelación con otros medios de comunicación ha obligado a que el periodista deportivo tenga la capacidad de interactuar con la audiencia. Hoy en día, cualquier programa de radio o televisión tiene redes sociales para que los usuarios indiquen sus quejas, sugerencias u opiniones. En cierta manera, esto podría entenderse como la evolución de los antiguos teléfonos que servían para atender las llamadas de los espectadores (School, 2020).

El 2 de julio de 1924 marcó el inicio para conmemorar a las y los periodistas deportivos cada año. Esto gracias a la creación de la Asociación Internacional de la Prensa Deportiva (AIPS) en París. De hecho, los principales propósitos de fundar la AIPS fueron el mejoramiento de la cooperación entre organizaciones de prensa deportiva que existen a nivel mundial y la defensa de los intereses de sus miembros (Cincoma, 2024).

Pero, en 1995, en el Congreso Mundial de Quebec fue donde se designó esa fecha para el Día Internacional del Periodista Deportivo. Pero, en el caso ecuatoriano hay doble celebración porque se conmemora el Día del Periodista Deportivo del Ecuador cada 7 de octubre, desde 1953. Ese año se fundó la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha (APDP). Así lo señala José Granizo, presidente de la APDP (Cincoma, 2024).

Es importante hacer el respectivo reconocimiento a esos periodistas especializados, porque su labor no solo se limita a narración noticias y eventos relacionados con el deporte. Contribuye a promocionar una generación de debate, ya que, convierte al deporte en un tema de interés general. Además, las y los periodistas deportivos transmiten emociones y sensaciones que contribuyen a la práctica deportiva y la afición hacia los deportes (Cincoma, 2024).

Las mujeres en el periodismo deportivo

Un estudio de Sherwood (2019) encontró que los aficionados al deporte, incluidos los aficionados al fútbol, valoran la perspectiva diversa que las mujeres periodistas aportan a la cobertura deportiva por su capacidad profesional. Destaca Sherwood et al. (2018) que la inclusión de mujeres en la cobertura deportiva no por su imagen o figura, sino por su profesionalismo puede desafiar las normas tradicionales y ofrecer una perspectiva fresca que es apreciada por muchos seguidores del deporte.

A pesar del apoyo creciente, aún enfrentan los mismos problemas. Everbach (2018) enfatiza que a menudo son juzgadas por su apariencia física más que por sus habilidades profesionales, lo que puede afectar su credibilidad y aceptación.

Estos hallazgos están en línea con investigaciones como la de Organista et al. (2021) que destaca que la inclusión ha ido en aumento, con más mujeres ocupando roles de

comentaristas en eventos deportivos. Esta tendencia se refleja en la percepción de la audiencia, que ha escuchado a mujeres desempeñarse en esta función. Además, Cummins et al. (2019) encontraron que las mujeres comentaristas son cada vez más aceptadas y valoradas por la audiencia, quienes consideran que aportan una perspectiva diferente y enriquecedora a la cobertura deportiva. A pesar de ello, Shor et al. (2019) encontraron que tanto hombres como mujeres pueden mostrar prejuicios implícitos que subestiman la capacidad de las mujeres en roles tradicionalmente dominados por hombres, como relatoras y directoras.

Boczek et al. (2023) recalca que las mujeres periodistas deportivas son percibidas como competentes y creíbles por una gran parte de la audiencia. Su investigación sugiere que las mujeres tienen la misma capacidad que los hombres para desempeñar roles clave en la cobertura deportiva y que la audiencia valora su contribución. Por su parte, Weedon et al. (2018) destacó que han demostrado ser tan capaces como sus colegas masculinos, y su participación puede enriquecer la cobertura con perspectivas y análisis diversos.

Sin embargo, estudios han reportado resultados contrarios en los muestran que todavía enfrentan barreras para alcanzar roles de liderazgo y obtener el mismo nivel de reconocimiento que los hombres. Cooky et al. (2021) argumentan que a menudo tienen menos acceso a oportunidades de desarrollo profesional y redes de apoyo, lo que puede limitar su avance en la carrera.

Se habla de mujeres y medios de comunicación, con un objetivo claro: reflejar la realidad según la vida cotidiana, las trayectorias y los desarrollos. Durante la última década, las organizaciones de mujeres de todo el mundo, así como las instituciones internacionales, han seguido alzando cada vez más sus voces para promover el desarrollo de imágenes y mensajes de las damas.

Nuevos medios nuevos géneros.

“Ante medios y tecnologías avanzadas el periodismo se enfrenta a nuevos retos. Con independencia del medio para el que trabaje, lo que todo periodista necesita son tres valores fundamentales, y que a su vez son un compendio de todas las virtudes profesionales: la credibilidad, el rigor y la independencia. La credibilidad de un periodista se fundamenta en el respeto y defensa de los valores de los ciudadanos y de la comunidad, huye del sensacionalismo, afronta las informaciones delicadas con el máximo respeto hacia las personas, sus derechos y sensibilidades, es competente,

cuidadoso, veraz y respetuoso con la ley y los derechos de las personas. El periodista debe tener un amplio conocimiento de los diferentes géneros para alcanzar a seleccionar los hechos relevantes jerarquizar información y profundizar en los contextos informativos" (Osca, 2005)

Perspectivas de Género

En el periodismo deportivo es muy difícil y muy escaso la presencia de mujeres en este tipo de funciones, ya que creen que la mujer no genera mayor expectativa, sin embargo, muchas personas dicen que llamaría más la atención de la audiencia al presenciar a una mujer.

Estudios apoyan la idea de que la inclusión femenina en roles clave no solo es aceptada sino también deseada por la audiencia, y podría ser beneficiosa tanto para los medios de comunicación como para los seguidores del deporte. Ramon y Rojas-Torrijos, (2022) revelaron que la audiencia aprecia la diversidad de género en la cobertura deportiva y considera que la presencia de mujeres comentaristas y relatoras enriquece la experiencia de los espectadores. La inclusión de voces femeninas ofrece nuevas perspectivas y análisis que son valorados por los seguidores del deporte. Por su parte, tienen la capacidad de atraer a una audiencia más amplia y diversa (Antunovic, 2019) . La presencia femenina puede romper estereotipos y ofrecer una visión más completa del deporte, sin embargo, señalan que, a pesar del creciente apoyo, las mujeres continúan siendo juzgadas más por su apariencia física que por sus habilidades profesionales.

Varios estudios apoyan y refutan estos resultados. Por ejemplo, Lough y Geurin (2019) han reportado que la audiencia valora la capacidad de las mujeres para cubrir eventos deportivos y proporcionar análisis perspicaces. Este reconocimiento se basa en la calidad de su trabajo y la profundidad de su conocimiento deportivo, mientras que Rojas-Torrijos y Ramon (2021) destacó que las mujeres periodistas deportivas son apreciadas por su capacidad para ofrecer una perspectiva diversa y rica en la cobertura de deportes, lo que mejora la experiencia general de la audiencia.

Para abordar esto, la UNESCO se compromete a promover la igualdad de género dentro y a través de los medios de comunicación. La Organización tiene como objetivo lograr esto fomentando la igualdad de género en el contenido de los medios de comunicación, mejorando la cobertura mediática de las cuestiones relacionadas con el género, implementando y fortaleciendo las prácticas de presentación de reportajes con

perspectiva de género en todas las áreas temáticas y promoviendo la equidad y la igualdad de género (Unesco , s.f.).

> "Lo más preocupante a lo que se enfrentan las periodistas solo por el hecho de ser mujeres son las constantes amenazas en muchos ámbitos, tales como los discursos estigmatizantes de contenido sexista, agresiones verbales y físicas en las coberturas, agresiones en línea llegando hasta la difamación, entre otras" (Consejo de comunicación , 2023).

Género, medios de comunicación y elecciones: censura y estereotipos de género

La desigualdad de género en la sociedad se refleja a menudo en los medios de comunicación, en los estereotipos sobre hombres y mujeres y en la baja representación de las mujeres entre los empleados de las empresas de comunicación, especialmente en puestos directivos. Investigaciones recientes sobre la representación de las mujeres en los contenidos de los medios, los recursos humanos y la gestión muestran tendencias alarmantes.

El Informe global sobre el estado de las mujeres en los medios de comunicación de noticias (The **Global Report on the Status of Women in the News Media**, disponible en inglés), publicado por la International Women's Media Foundation en 2011, examinó más de 500 empresas de medios de comunicación en 59 países, lo que mostró que "los hombres ocupaban la mayoría de los puestos de trabajo de gestión y recopilación de noticias en la mayoría de los países". Esta investigación mostró que los hombres ocupaban el 73 por ciento de los puestos de alta dirección y el 64 por ciento de los puestos de periodista. Además, el informe identificó techos de cristal para mujeres en 20 de 59 países, más comúnmente en los niveles de gerencia media y superior. Las mujeres periodistas a menudo sufren de discriminación y estereotipos de género dentro de los medios de comunicación y tienden a tener poca influencia en el contenido de la cobertura. Los editores con la última palabra sobre el contenido de las noticias tienden a ser en su mayoría hombres y, en algunos contextos, los periodistas se esfuerzan por obtener la aprobación para que se publique su contenido sobre igualdad de género. Respecto a la representación de las mujeres en el contenido mediático, el Proyecto Global de Monitoreo de Medios (The **Global Media Monitoring Project**, GMMP por sus siglas en inglés) mostró que en 2015 las mujeres solo representaron "el 24 por ciento de las personas que fueron leídas, escuchadas o

vistas en noticias de periódicos, televisión o radio". Entre los roles en los que se representaba a las personas en las noticias, las mujeres rara vez aparecían como expertas (19 por ciento de todos los expertos), portavoces (20 por ciento), protagonistas (26 por ciento) o testigos oculares (30 por ciento), y también estaban sobrepresentadas al compartir opiniones populares (37 por ciento) y contar su experiencia personal (38 por ciento). Además, el estudio mostró que el 16 por ciento de las mujeres que aparecían en las noticias eran retratadas como víctimas (Red de conocimientos electorales, s.f.).

Feminismo

El feminismo propugna un cambio en las relaciones sociales que conduzca a la liberación de la mujer y también del varón a través de eliminar las jerarquías y desigualdades entre los sexos. También puede decirse que el feminismo es un sistema de ideas que, a partir del estudio y análisis de la condición de la mujer en todos los órdenes –familia, educación, política, trabajo, etc. La lucha de la mujer comienza a tener finalidades precisas a partir de la Revolución Francesa (Gamba, 2008). Sin embargo, Organista y Mazur (2020) enfatiza que los estereotipos de género y la desigualdad en oportunidades, subrayan la necesidad de continuar promoviendo políticas y prácticas que apoyen la plena integración y reconocimiento de las mujeres en este campo.

> "En un mundo que afronta desafíos en la lucha por la igualdad de género, es imperativo que alcemos nuestras voces y defendamos los derechos de las mujeres. Para lograrlo, el feminismo se presenta como un movimiento inclusivo y, a su vez, como una fuerza transformadora capaz de derribar barreras y forjar un futuro donde la equidad y la justicia brillen para todas las personas" (Cidón, 2024).

En el feminismo se puede mencionar dos categorías, la primera categoría es el patriarcado, se entiende como una institución en virtud de la cual una mitad de la población, es decir las mujeres, se encuentra bajo el control de la otra mitad, en este caso los hombres. En esta categoría se pone a la figura del padre como el jefe de todo, desde las relaciones más pequeñas hasta las más amplias. En la segunda categoría de análisis tenemos al género, el cual es una construcción social que se basa en el conjunto

de ideas, creencias y representaciones que generan las culturas a partir de las diferencias sexuales, las cuales determinan los papeles de lo masculino y lo femenino (Peréz, 2019).

Estos resultados están respaldados por estudios que subrayan la competencia y el impacto positivo. Perreault y Bell (2022) encontraron que aportan una perspectiva diversa y enriquecedora que es valorada por la audiencia. Por su parte, Hovden y Lippe (2020) destacó que son capaces de desafiar las normas tradicionales y aportar una voz fresca y diferente, lo que puede atraer a una audiencia más amplia y diversa. Sin embargo, persisten desafíos significativos, como los estereotipos y la desigualdad en oportunidades, que deben ser abordados para asegurar una representación equitativa y justa, como lo señala Organista y Mazur (2020).

A pesar del apoyo creciente, aún enfrentan los mismos problemas. Everbach (2018) enfatiza que a menudo son juzgadas por su apariencia física más que por sus habilidades profesionales, lo que puede afectar su credibilidad y aceptación.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Analizar el rol que desempeñan las mujeres en el periodismo deportivo y cómo su participación influye en la representación de los deportes femeninos en los medios de comunicación.

1.2.2. Objetivos específicos

- Examinar la evolución histórica de la participación de las mujeres en el periodismo deportivo en el Ecuador.
- Identificar las barreras y desafíos que enfrentan las mujeres en el periodismo deportivo en la ciudad de Ambato.
- Analizar la representación de las mujeres periodistas deportivas en eventos y programas deportivos en Ambato.

CAPITULO II. METODOLOGÍA

2.1. Materiales

En esta investigación, se emplearán diversas fuentes documentales y primarias para recopilar la información necesaria para alcanzar los objetivos planteados. Por consiguiente, se describen en detalle los materiales que se utilizarán.

Humanos

Autor de la tesis, tutor, periodistas deportivos varones de la ciudad de Ambato, mujer periodista en Televisión nacional e internación.

Físicos

Documentos investigativos sobre el tema, celular, computadora, encuestas.

Económicos

Presupuesto para solventar los costos empleados, papelería.

Institucionales

Documentos del repositorio, radios de la ciudad de Ambato. Documentos de Universidades Nacionales e Internacionales.

2.2 Métodos

Enfoque de la investigación

Se revisarán artículos de revistas académicas especializadas en periodismo deportivo y estudios de género, estos artículos proporcionarán un marco teórico sólido y ofrecerán antecedentes relevantes sobre la participación de las mujeres en el periodismo deportivo.

Se consultarán textos físicos o electrónicos clave que aborden la historia del periodismo deportivo, así como libros sobre comunicación y estudios de género. Estos libros ofrecerán una perspectiva histórica y contextual para comprender la evolución de la participación de las mujeres en este campo.

Finalmente se utilizarán reportes y estadísticas de organizaciones internacionales como la UNESCO, así como de asociaciones de periodistas y organismos nacionales. Estos informes proporcionarán datos cuantitativos y cualitativos sobre la situación actual y las barreras que enfrentan.

Enfoque cuantitativo

Este estudio utiliza un enfoque cuantitativo ya que nos basamos en documentos, entrevistas, encuestas e investigaciones de campo, los cuales se basan en múltiples interpretaciones de los roles de las mujeres.

Modalidad de la investigación

Métodos

Se aplicará la investigación documental que incluirá una revisión de artículos académicos, libros y reportes relevantes. Se identificarán y seleccionarán fuentes a través de bases de datos académicas (como Scopus, Scielo y Google Scholar) utilizando palabras clave específicas como "mujeres en el periodismo deportivo", "barreras en el periodismo deportivo", y "representación de mujeres en los medios". Las fuentes serán categorizadas y analizadas temáticamente para identificar patrones y tendencias en la evolución histórica en el periodismo deportivo en Ecuador.

Para examinar dicha evolución, se realizará un análisis histórico utilizando documentos y registros históricos. Para ello, se consultarán archivos históricos, hemerotecas y bibliotecas nacionales que contengan información relevante sobre el desarrollo del periodismo deportivo en el país. Se empleará un análisis cronológico para trazar los cambios y desarrollos significativos.

Las entrevistas se realizarán en persona, por teléfono o por videoconferencia (zoom o meet), según la disponibilidad y preferencia de las participantes. Éstas serán grabadas (con el consentimiento de las participantes), transcritas y analizadas utilizando un enfoque temático. Por otra parte, las encuestas incluirán preguntas sobre demografía, experiencias laborales, percepción de barreras, y oportunidades en el campo del periodismo deportivo.

Fuentes primarias

Se realizarán entrevistas a expertos en periodismo y estudios de género. Las entrevistas permitirán obtener información detallada y experiencias personales sobre los desafíos y las oportunidades para las mujeres. Para ello, se desarrollará un guion semiestructurado que incluirá preguntas abiertas para explorar temas específicos relacionados con el tema del presente estudio. Se seleccionará una muestra intencionada en diferentes medios de comunicación (prensa escrita, televisión, radio y plataformas digitales) y con diversas

trayectorias profesionales. Las entrevistas serán transcritas y analizadas utilizando un enfoque temático para identificar patrones y temas recurrentes.

Por otra parte, se diseñará y aplicará una encuesta a una muestra representativa (Audiencia) que incluirá preguntas cerradas y abiertas para recoger datos cuantitativos y cualitativos sobre las barreras que enfrentan. La encuesta será estructurada y validada a través de un piloto para asegurar su fiabilidad y validez incluyendo preguntas sobre experiencias laborales, percepción de barreras, y oportunidades en el campo del periodismo deportivo. La muestra se seleccionará de manera aleatoria dentro de la población de la ciudad para asegurar la representatividad de los datos. Los datos cuantitativos serán analizados utilizando el software estadístico SPSS para identificar tendencias y patrones y las respuestas cualitativas serán codificadas y analizadas temáticamente.

En base a esto, definiremos el papel de las nuevas mujeres en el periodismo deportivo, lo que será de utilidad para el desarrollo de los medios de comunicación.

Las noticias deportivas se han convertido en la forma más popular de cobertura de noticias profesionales, ocupando el segundo lugar en índices de audiencia, sólo superada por los medios generales.

Tendremos una investigación descriptiva para conocer la interna de los medios de comunicación y además estar al tanto del rol que desempeña las mujeres en el periodismo deportivo y los programas como tal, saber las carencias de los medios y con este estudio poder ofrecer una solución para la programación deportiva tanto en radio y televisión.

El objetivo de este trabajo de investigación es analizar la importancia de la función educativa en los contenidos de la radio y el nivel de conocimientos de la audiencia, la indagación se fundamentó en un paradigma cuali-cuantitativo con el propósito de encaminar el presente proceso de comunicación radial de los contenidos educativos.

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.

Población y Muestra

Población

Para Arias (2012) define como “Población un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (p.81).

Esta investigación tiene el objetivo de analizar a periodistas entendidos en el tema planteado incluyendo a mujeres Vanessa Vargas, gol tv, Sebastián Núñez, Radio Caracol, Antonio Flores, Radio Ambato. Los mismos que tienen experiencia y trayectoria tanto nacional como internacional en el ámbito del deporte, pero más con el futbol. En este estudio se realizó entrevistas con personas relacionadas con el periodismo deportivo.

Muestra

Tamayo y Tamayo (2006), define la Muestra como: "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada" (p.176).

Usando una muestra, podemos seleccionar una porción de la población que son los periodistas que trabajan en medios de comunicación nacionales e internacionales. Cómo: Vanessa Vargas, gol tv, Sebastián Núñez, Radio Caracol, Antonio Flores, Radio Ambato. Además, esta investigación, consta de 370 encuestados de la ciudad de Ambato quienes asisten al estadio bellavista para presenciar los encuentros deportivos, que fueron estudiados de manera controlada.

Según los informes de Aso Tungurahua y una publicación de El heraldo al estadio bellavista en los últimos partidos asistieron alrededor de 4 mil a 5 mil personas aproximadamente para presenciar los partidos de sus equipos, por eso es que se tomó en cuenta el tamaño del universo como 5 mil asistentes dándonos un resultado de la muestra de 370 personas para poder realizar las respectivas encuestas.

Tabla 1 Población y Muestra

Tamaño del universo	**5000**
Heterogeneidad	**50**
Margen de error	**5%**
Nivel de confianza	**95%**
Muestra	**370**

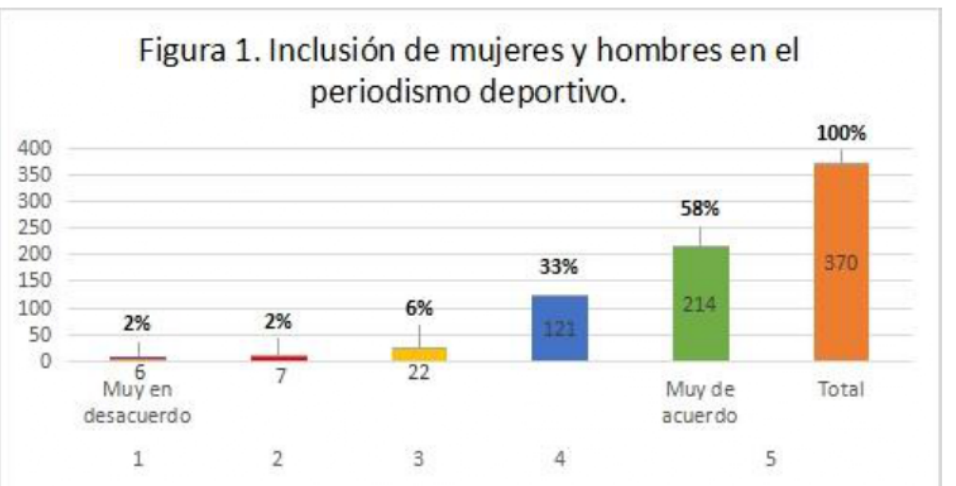
CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados.

El enfoque cuantitativo de la investigación se basa en encuestas de campo realizadas a personas (audiencia), que asisten a los partidos de fútbol en el estadio Bellavista de la ciudad de Ambato.

Figura 1 Inclusión de mujeres y hombres en el periodismo deportivo

1. **¿Está de acuerdo, que existan programas radiales que incluyan a mujeres y hombres en un programa deportivo?**



Fuente: Encuesta realizada a personas que asisten al estadio Bellavista de Ambato.

Análisis:

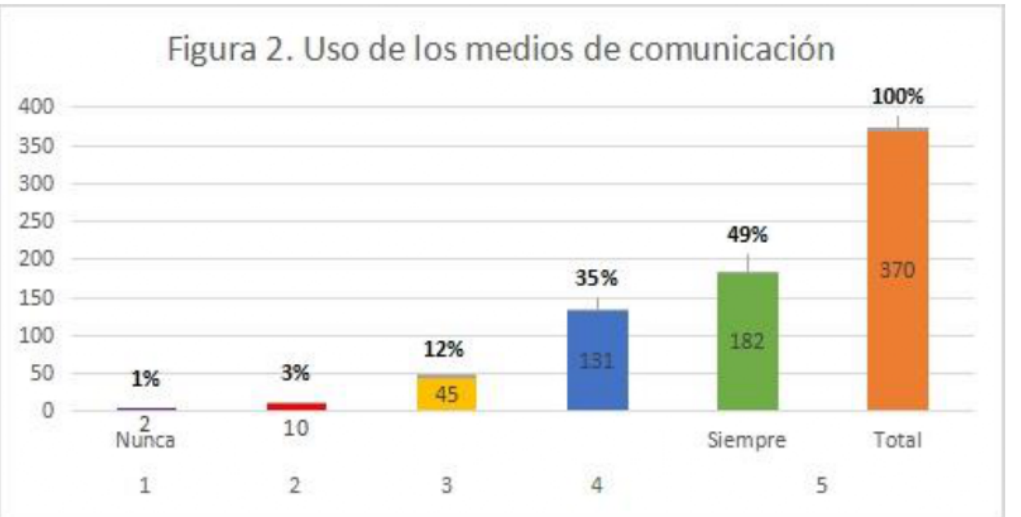
Se observa que el 58% de los encuestados está muy de acuerdo que se existan programas radiales con la inclusión de mujeres en programas deportivos, mientras que el 33% está de acuerdo, el 6% se mantiene entre acuerdo y desacuerdo es decir no le toma mucha importancia, la minoría que corresponde al 2% se encuentran en total desacuerdo.

Interpretación:

Interpretamos que el mayor porcentaje de audiencia, piensan que el aporte de las mujeres periodistas es importante y se debería incluir junto a los varones en los programas deportivos. Y una menor cantidad de personas, opinan que las mujeres periodistas no deberían incluirse en este tipo de contenidos para la audiencia que los escucha.

Figura 2 Uso de los medios de comunicación

2. ¿Con que frecuencia utiliza los medios de comunicación para informarse de los deportes?



Fuente: Encuesta realizada a personas que asisten al estadio Bellavista de Ambato.

Análisis:

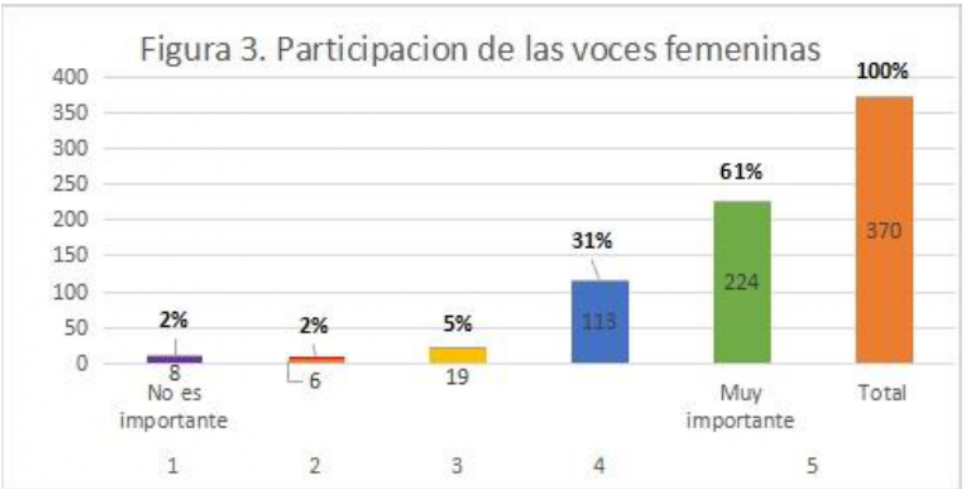
En el siguiente grafico vemos que el 49% de los encuestados utiliza siempre los medios de comunicación para informarse de los deportes, el 35% utiliza casi siempre, en tanto el 12% a veces sí y a veces no utiliza, y el 3% y 1% nunca utilizan los medios de comunicación.

Interpretación:

La audiencia en su mayoría está siempre conectado a medios de comunicación para informarse de los deportes, más en radios y redes sociales ya que gran parte usa su dispositivo tecnológico, pocas son las personas que frecuentan a utilizar medios de comunicación.

Figura 3 Participación de las voces femeninas

3. **¿Cree usted que es importante complementar la información de los programas deportivos radiales con voces femeninas?**



Fuente: Encuesta realizada a personas que asisten al estadio Bellavista de Ambato.

Análisis:

La audiencia en su mayoría, el 61% cree que es muy importante complementar la información deportiva con voces femeninas, el 31% simplemente dice que es importante la presencia de una mujer, mientras que el 5% se mantiene en neutro, y el 4% dice que no es nada importante.

Interpretación:

A través de las encuestas se puede visualizar que la mayoría de personas considera que es importante que una mujer periodista integre un equipo de trabajo para complementar información y estadísticas deportivas con su capacidad, ya que sería algo llamativo para la audiencia poder escuchar una voz femenina en los programas deportivos. En menor parte cree que no es importante la participación de las mujeres en el periodismo deportivo.

Figura 4 Mujeres en el periodismo deportivo por su capacidad

4. **¿Está de acuerdo, que la mujer realice actividades periodísticas por su capacidad y no sea utilizada únicamente como imagen decorativa?**



Fuente: Encuesta realizada a personas que asisten al estadio Bellavista de Ambato.

Análisis:

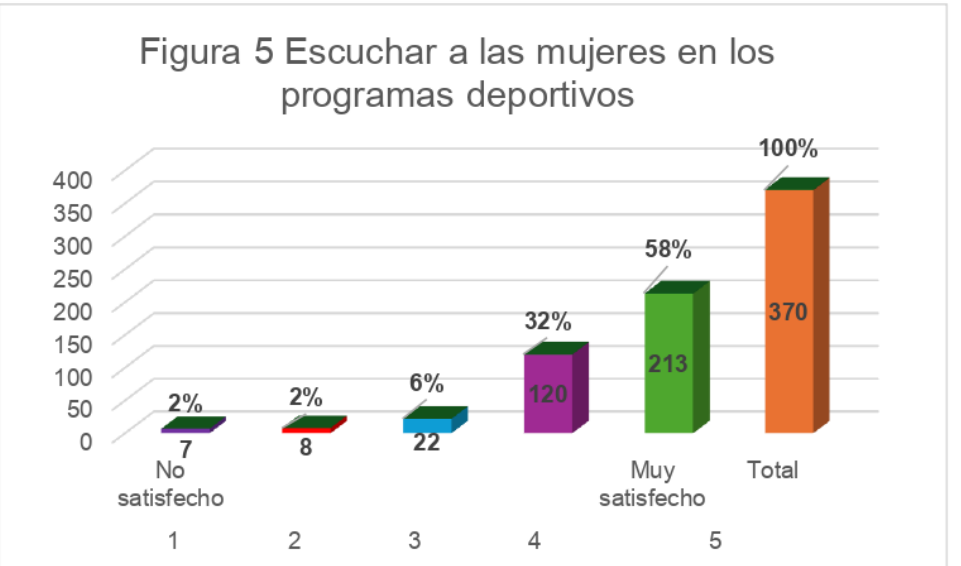
Se observa que el 55% de los encuestados están muy de acuerdo que las mujeres periodistas tengan espacio por su capacidad y realicen actividades a la altura de los varones en programas deportivos, que no sean utilizadas únicamente como imagen decorativa, el 30% está de acuerdo, mientras el 7% no está en acuerdo ni en desacuerdo, y la menor parte que corresponde a 4% está totalmente en desacuerdo.

Interpretación:

Se interpreta que la mayoría de la audiencia está muy de acuerdo que la mujer ejerza diferentes cargos en programas deportivos, ya que consideran que la mujer está en la capacidad de realizar funciones a la misma altura de los varones como, relatoras, directoras, comentaristas, etc. Por el contrario, son pocos quienes están en desacuerdo que la mujer obtenga puestos o mismos beneficios que un hombre.

Figura 5 Escuchar a las mujeres en los programas deportivos

5. ¿Qué tan satisfecho está en escuchar a una mujer en los programas deportivos en los medios de comunicación?



Fuente: Encuesta realizada a personas que asisten al estadio Bellavista de Ambato.

Análisis:

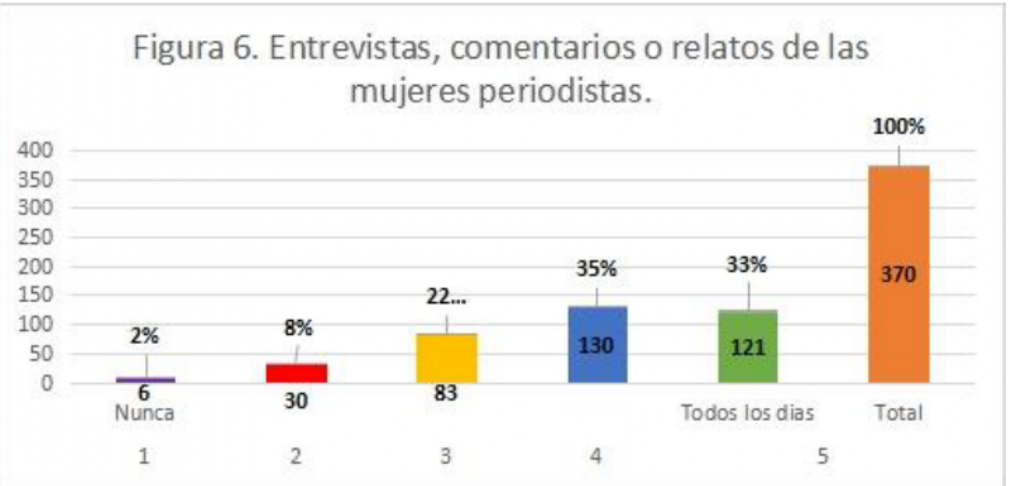
En esta figura podemos observar que el 58% de los encuestados está muy satisfecho en escuchar a mujer en programas deportivos, así mismo el 32% está satisfecho, mientras el 6% se mantiene en un rango neutro, sin embargo, el 4% no se siente a gusto cuando escucha a una mujer locutar en programas deportivos.

Interpretación:

Las personas a quienes les gusta el futbol como deporte principal, en su mayoría están satisfechos cuando escuchan voces femeninas en los medios de comunicación o siempre que asisten a un partido de futbol sintonizan una radio y están a gusto con la participación de las mujeres periodistas, no obstante, la minoría no está satisfecha en escuchar a una mujer en los programas deportivos.

Figura 6 Entrevistas, comentarios o relatos de las mujeres periodistas

6. **¿Con que frecuencia escucha entrevistas, comentarios o relatos de mujeres en los programas deportivos de los medios de comunicación?**



Fuente: Encuesta realizada a personas que asisten al estadio Bellavista de Ambato.

Análisis:

En esta imagen se observa que el 33% de los encuestados escucha todos los días a una mujer en programas deportivos ya sea por radio, redes sociales o Tv, el 35% casi todos los días, así mismo el 22% dice que escucha a veces, mientras el 8% casi nunca escucha a una mujer participar en estas funciones, y la minoría que es el 2% nunca.

Interpretación:

Se puede apreciar atreves de las encuestas que la mayor parte de la audiencia escucha a mujeres periodistas realizar diferentes actividades en los programas deportivos al igual que los varones, la mayoría menciona que todos los días o casi todos los días escuchan a mujeres en el periodismo deportivo principalmente en el fútbol, ya que también es algo llamativo para la audiencia.

Figura 7 Funciones al mismo rango que los varones

7. **¿Ha escuchado si las mujeres en el periodismo deportivo están al mismo rango de los hombres? Como:**



Fuente: Encuesta realizada a personas que asisten al estadio Bellavista de Ambato.

Análisis:

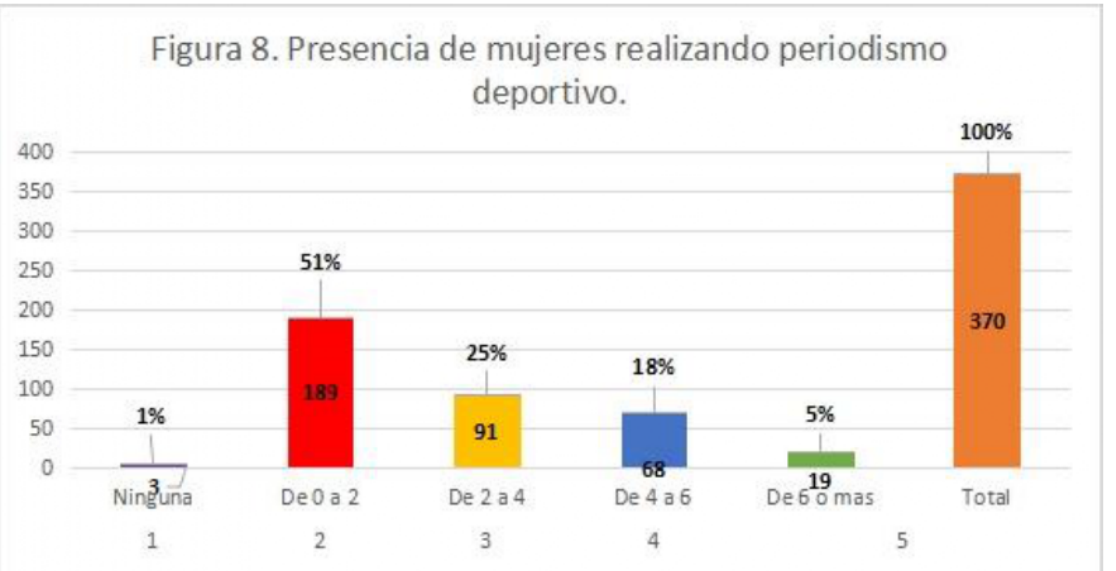
Se muestra que el 43% de la audiencia ha escuchado que las mujeres están al mismo nivel que los varones en comentarios de deportes, además el 31% indican que están al mismo rango como reporteras, una menor cantidad que es el 12% escucha a las mujeres como relatoras, mientras el 8% señala como directoras de programas, y 6% que leen publicidad.

Interpretación:

Se interpreta que las mujeres están al mismo rango que los hombres en cuanto se refiere a comentaristas en partidos de fútbol, en los últimos años la mayoría de personas a escuchado a mujeres periodistas desenvolverse en esta función, poca audiencia las escucha como reporteras, otros mencionan que se les va dando espacio como relatoras o directoras en los programas deportivos y muy pocos dicen en pasar publicidad.

Figura 8 Presencia de mujeres realizando periodismo deportivo

8. ¿A cuántas mujeres ha escuchado realizando periodismo deportivo?



Fuente: Encuesta realizada a personas que asisten al estadio Bellavista de Ambato.

Análisis:

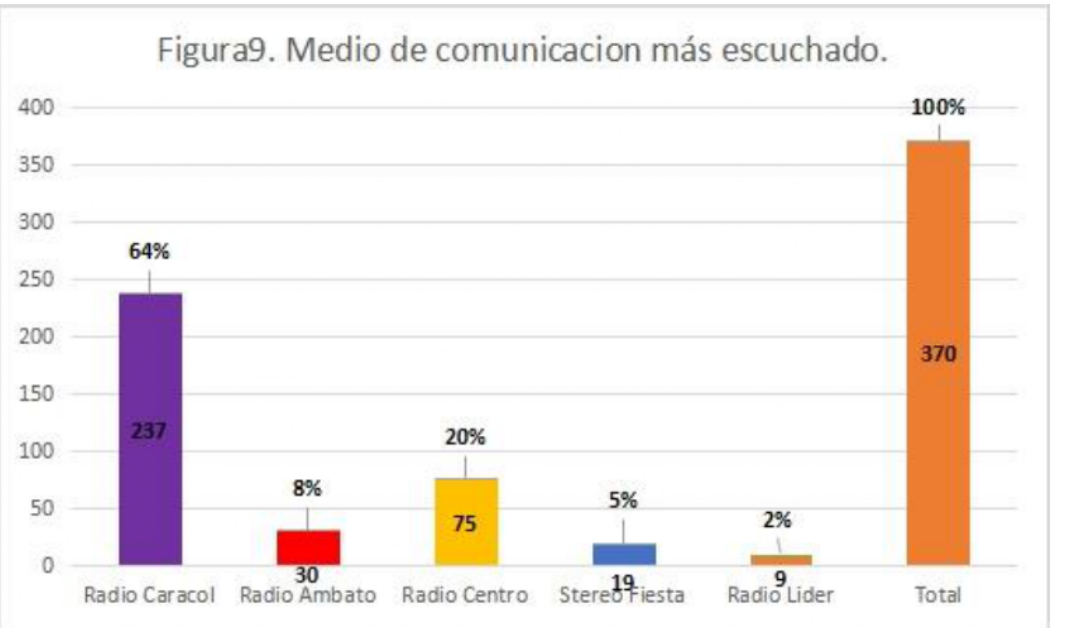
Se muestra que el 51% de la audiencia encuestada escucha de cero a dos mujeres realizando periodismo deportivo, el 25% escucha de dos a cuatro mujeres, mientras el 18% escucha de cuatro a seis mujeres, pocos escuchan de seis o más mujeres que corresponde al 5%, y solo el 1% a ninguna.

Interpretación:

En su mayoría la gente encuestada ha escuchado realizar periodismo deportivo entre dos y cuatro mujeres, quienes están involucradas en este tipo de funciones, si bien la mayoría considera que la mujer tiene la suficiente capacidad para hablar de deportes y convencer a la audiencia, en cambio, un porcentaje menor considera que no están preparadas para realizar este tipo de funciones por eso es que no escuchan en mayor cantidad a mujeres periodistas en este ámbito, ya que aún tienen la mentalidad de que solo los hombres hacen este trabajo.

Figura 9 Medio de comunicación más escuchado

9. ¿Qué medio de comunicación escucha más?



Fuente: Encuesta realizada a personas que asisten al estadio Bellavista de Ambato.

Análisis:

En esta imagen se demuestra que el 64% de los encuestados sintoniza más Radio Caracol para escuchar deportes, el 20% escucha Radio Centro, un 8% escucha Radio Ambato, mientras el 5% sintoniza Stéreo Fiesta, y tan solo el 2% escucha Radio Líder.

Interpretación:

En esta interrogante existe una gran diferencia de porcentaje donde la gran mayoría de encuestados escucha radio caracol en casi toda la semana para informarse de los deportes principalmente el futbol, se nota que siguen muy de cerca este medio de comunicación, sabiendo que en su mayoría concurren solo varones, al igual que algunas radios de la ciudad de Ambato, muy pocos son los que escuchan otras radios como por ejemplo radio centro y radio Ambato, en vista de todo, la audiencia requiere de la presencia de mujeres en programas deportivos.

Figura 10 Funciones para las mujeres en el periodismo deportivo

10. ¿En qué función le gustaría escuchar a una mujer en los programas deportivos?



Fuente: Encuesta realizada a personas que asisten al estadio Bellavista de Ambato.

Análisis:

En la siguiente figura se observa que el 42% de los encuestados les gustaría escuchar a mujeres periodistas cumplir el rol como comentaristas de futbol, de la misma manera casi en su mayoría que corresponde al 28% les gustaría escuchar a una mujer relatando partidos de fútbol, el 19 % les gustaría que realicen voz comercial y solo el 6% y 5% les gustaría que fueran entrevistadoras o reporteras.

Interpretación:

En el periodismo deportivo es muy difícil y muy escaso la presencia de mujeres en este tipo de funciones, ya que creen que la mujer no genera mayor expectativa, sin embargo la mayoría de la audiencia dice que le gustaría escuchar a una mujer comentar y relatar partidos de futbol, si este caso se diera seria llamativo tanto para los mismos medios de comunicación como para la gente apasionada por el futbol, en un menor porcentaje de audiencia opina que solo les gustaría escuchar a las mujeres como entrevistadoras, reporteras o simplemente pasar publicidad.

Tabla 2 Entrevista Vanessa Vargas

Cuadro N. 1. Entrevista a Vanesa Vargas (periodista Deportiva)

Pregunta	Respuesta	Interpretación
¿Qué opina usted, si la mujer al momento de adherirse al periodismo deportivo explota más por su capacidad o simplemente por imagen decorativa?	Bueno yo no le pondría de esa manera como imagen decorativa, pero yo creo que los dos van pegados de la mano, porque hoy por hoy las personas no se comen el cuento, tan solo por una cara bonita o un cuerpo bonito, entonces tiene que ir combinado por un conocimiento. Hay muchas personas que se fijan en el físico de las mujeres, pero yo he visto y conozco muchas periodistas deportivas que relucen por su capacidad y no por su físico, lo que les hace valedero en que estén en una televisora o radio haciendo lo que realmente a las mujeres nos apasiona.	La capacidad y la imagen decorativa van pegados de la mano más que todo en televisión, pero si hay más mujeres que trabajan por su capacidad.
¿Qué perspectiva tiene sobre la audiencia cuando escucha en radio o televisión a una mujer comentar, reportar, dar estadísticas o relatar partidos de futbol?	En esta cuestión yo creo que en el comentario es como que se está dando más aceptación, porque cada vez somos más las mujeres que comentamos en radio y que esta nuestra	Las personas les gustan más escuchar cuando comentan, hay mucha aceptación en la audiencia, talvez en relato no es muy común, pero con el tiempo y si se dedican a esta rama la audiencia se ira acostumbrando.

	opinión mediante los programas deportivos que tenemos, y si hay muchísima aceptación de parte de las personas que nos escuchan, de las personas que saben también de futbol, yo me encontrado con muchas personas dentro del futbol que me han felicitado, talvez en el relato podríamos decir que no estamos acostumbrados a escuchar a una mujer relatar, pero yo creo que si mas mujeres se animan por esta rama del relato del futbol o de los deportes, poco a poco se haría mas costumbre para llegar a tener aceptación.	
¿Cuál fue su primera experiencia como periodista deportiva?	Mi primera experticia como periodista deportiva fue en 2011 en Radio Amor, ahí fue donde yo comencé, gracias a la oportunidad que me dio Jorge Luis Cárdenas y a las personas que compartieron conmigo el panel.	Siempre se mantuvo en la rama del futbol y tuvo experiencia desde el 2011.
¿Cree usted que ahora las	Sí, porque no, tenemos las	Actualmente si hay equidad tanto para

mujeres pueden estar al mismo rango que los varones en el periodismo deportivo?	mismas capacidades como todo trabajo hoy en día, hay cosas netamente para los hombres o netamente para las mujeres, yo creo que estamos a la par hombres como mujeres y según va avanzando el ritmo de este mundo, la importancia tanto de hombre como mujer trabajen en casa es muy necesario, entonces en el periodismo deportivo no es la excepción, obviamente que no recibimos el mismo sueldo que los hombres, pero creo que luego eso lo iremos mejorando.	hombres como para mujeres, por las mismas capacidades, pero aún existe un sueldo que no es bien pagado para la mujer.
¿Porque decidió ejercer esta profesión en el periodismo deportivo?	Cuando yo salí del colegio, me incline por la carrera de Comunicación Social, entonces ahí fui poco a poco cogiendo mi gusto a los medios de comunicación, vi la oportunidad cuando trabaja en una radio con un locutor dando tips de deportes, cosas así por el estilo, ahí fue cuando realmente por ahí me	Porque poco a poco fue probando y sondeando terreno que en la actualidad los medios de comunicación le envolvieron y le arrastraron a este mundo del deporte, ahora le encanta su trabajo.

	dijeron porque no te dedicas al periodismo deportivo, me dejo pensando y comencé averiguar e investigar y dije porque no voy a ver la oportunidad a sondear el terreno y me incline por los medios de comunicación que son tan envolventes y llegas a un punto donde no quieres soltarlos, hoy me encanta lo que he aportado y he logrado, son cosas importantes, además como las experiencias de viajes internacionales, entonces es así como me incline por esto, porque poco a poco me fue jalando y ahora yo lo siento como una pasión.	
¿Cuál es su función en los programas deportivos o transmisiones de futbol?	En las transmisiones en la televisión es borde de campo netamente, y en el programa de radio ahí si es más opinión, más comentario.	Borde de campo en televisión y comentarios y opinión en radio.
¿Qué hace falta para cambiar los estereotipos y haya mayor igualdad de género en el periodismo deportivo de Ambato?	Yo creo que hace falta culturizar más que todo aquí a la gente de Ambato o en la provincia, yo he visto y siento que aquí en	En la ciudad la mujer es visto como objeto sexual hablando en periodismo, hay que culturizar y mejorar el pensamiento de las personas, además no meter a cualquier persona tras un

	la ciudad nos ven como objeto sexual o algo que adorna, eso es una de las cosas que hay que mejorarlas y tratar de cambiar, también el mero hecho que tú te sientes tras un micrófono a hablar y te creas un periodista, es otras de las cosas que se debería cambiar, porque una persona debería estudiar esta carrera, el periodismo y en si entender cómo funciona todo esto.	micrófono.
Que consejo les daría a las mujeres que están iniciando en este mundo del periodismo deportivo	Bueno mi consejo seria que se preparen, si quieren incursionar en el periodismo deportivo, lean mucho, hay libros de técnicas de tácticas, rodéense de muchas personas que sepan de futbol o de cualquier otra rama de los deportes, investiguen, entrevisten, conversen con personas que saben, que les pueden ayudar en muchos términos que talvez desconozcan y también si tienen las oportunidades	La auto preparación y autoeducación será importante para alcanzar los objetivos.

	de viajar, salir y conocer lugares que se vive y se respira futbol.	

Fuente: Información tomada de la entrevista realizada por el investigador

Tabla 3 Entrevista Sebastián Núñez

Cuadro N. 2. Entrevista a Sebastián Núñez (Director de deportes en Radio Caracol)

Pregunta	Respuesta	Interpretación
¿Qué opina usted, si la mujer al momento de adherirse al periodismo deportivo explota más por su capacidad o simplemente por imagen decorativa?	Yo creo que actualmente se ha visto mucho más dibujado la capacidad que la figura propia de la mujer, considero que anteriormente por historia, el futbol siempre ha sido muy machista como la gran mayoría de los deportes y esperar o aspirar a que una mujer ingrese a un deporte de hombres, anteriormente se veía como una afrenta, hoy creo que el tiempo va cambiando creo que más por figura femenina que es importante cuando se trabaja en televisión, me parece que por su capacidad ha ido ganando un enorme espacio en este durísimo campo del periodismo deportivo.	En los últimos años se ha visto más la capacidad de las mujeres, antes esto del futbol era muy machista, en televisión se ve más la figura femenina pero hoy por hoy la capacidad de las mismas se ha ido ganando un enorme espacio.
¿Qué perspectiva tiene sobre la audiencia cuando escucha en radio o televisión a una mujer	Para mí es muy fácil darse cuenta cuando una mujer está muy preparada para poder comentar, hacer borde de campo, etc., uno se da cuenta cuando una mujer tiene una	Si hay mucha aceptación cuando una mujer está muy preparada.

comentar, reportar, dar estadísticas o relatar partidos de futbol?	fluidez muy llamativa y engancha más gente.	
¿Con cuantas mujeres ha trabajado en el medio ya sea radio o televisión? ¿Y en qué año?	Ahorita estoy trabajando con Pamela Jurado que también es borde de campo de ESPN, ella tiene una larga trayectoria en medios de comunicación desde hace unos 10 años atrás, siempre le ha gustado el futbol. En radio Caracol ella comenta.	Prácticamente hoy por hoy trabaja con una, pero conoce a más mujeres del medio.
¿Cree usted que ahora las mujeres pueden estar al mismo rango que los varones en el periodismo deportivo?	Deberían, yo creo que no solamente en el periodismo deportivo sino en la mayor cantidad de cosas como aspectos políticos, laborales y sociales, es innegable el espacio de la mujer, desde hace unos años atrás ha sido determinante, ventajosamente el machismo ha ido quedándose relegado, pero yo sí creo que en el periodismo deportivo no está a un nivel por el hecho de que hay pocas mujeres y de a poquito van ingresando a este mundo.	Poco a poco el machismo ha ido bajando y quedando de lado, ahora la mujer es capaz de estar en diferentes puestos sean políticos, laborales o sociales.
¿Qué protagonismo tiene las mujeres en los programas deportivos?	Hay bastante protagonismo, pero hay que ser sinceros, la audiencia masiva del futbol son los hombres en un 90%, hay mujeres que les gusta también el futbol en 10%, desde mi percepción al hombre le gusta escuchar una voz femenina y se gana	Existe más protagonismo en los varones, pero la mujer se gana un respeto cuando emite criterios con objetividad.

	el respeto cuando emite criterios que contenga argumentos válidos que le haga al oyente pensar que esta persona sabe de lo habla, te comenta con objetividad. Claro y cuando te comenta generalidades o no te convence mucho, incluso puede ganarse la burla de las personas.	
¿Cree usted que es importante implementar información deportiva con voces femeninas?	Sí, mi sueño es hacer un programa solo de mujeres en la radio, busco mujeres que estén a la altura en esta rama, poder hacer un programa abierto más de debate, de polémica. Sueño en algún momento encontrar un trio o cuarteto de mujeres que puedan hacer un programa en el aspecto deportivo.	Mientras se encuentre mujeres preparadas será un sueño tener un programa deportivo solo de mujeres.
¿Usted como director de los programas deportivos, que considera o que evalúa en una mujer como para contratarle o vincularle a un trabajo en los medios de comunicación?	Si es que hay mujeres a las que les encanta esto, bienvenida sea, como en toda profesión, debe haber apasionamiento, yo debo ver una pasión, mucho deseo y vocación de la mujer para meterse en este mundo que es difícil para ellas porque no deja d seguir siendo una profesión machista.	Siempre se tendrá en cuenta la vocación el deseo y la pasión por cualquier profesión, si es que hay mujeres que les guste este ámbito bienvenidas sean.

Fuente: Información tomada de la entrevista realizada por el investigador

Tabla 4 Entrevista Antonio Flores

Cuadro N. 3. Entrevista a Antonio Flores (Periodista deportivo Radio Ambato)

Pregunta	Respuesta	Interpretación
¿Qué opina usted, si la mujer al momento de adherirse al periodismo deportivo explota más por su capacidad o simplemente por imagen decorativa?	Bueno de acuerdo a lo que he podido vivir y he conocido directa o indirectamente, aplica todo porque hay mujeres que saben mucho de futbol específicamente, que es lo que más envuelve en el periodismo deportivo, de igual manera hay mujeres que manejan otras disciplinas, y no se puede dejar de lado que hay mujeres que están ahí, sobre todo en Televisión que puede sonar hasta un poquito fuerte como imagen decorativa o su aspecto físico.	Aplica para las dos cosas, pero más en televisión se ve la imagen de la mujer o el aspecto físico.
¿Qué perspectiva tiene sobre la audiencia cuando escucha en radio o televisión a una mujer comentar, reportar, dar estadísticas o relatar partidos de futbol?	A la audiencia le gusta, es atractivo, cuando hay solo hombres los comentarios van a que dijeron, pero cuando una mujer participa si suele ayudar en el rating, los comentarios se centran en qué bonito que habla. También hay quienes están segmentando la capacidad, si un hombre se equivoca intentarán corregir, en el caso de las mujeres a ratos si se verán criticadas o alagadas de acuerdo a la capacidad de sus comentarios y en otros momentos habrá a quien le agrade simplemente verla, escucharla así diga algo que no tiene sentido, pero es evidente que las mujeres arrastran rating.	Cuando una mujer participa ayuda en el rating, algunas veces se verán criticadas a diferencia de un hombre, de acuerdo a sus capacidades.
¿Con cuantas mujeres ha trabajado en el	He trabajado con algunas cuando empecé haciendo prácticas, trabajé en realidad con dos mujeres la una era comunicadora	Prácticamente ha conocido y ha compartido en su

medio ya sea radio o televisión? ¿Y en qué año?	social con un desempeño muy agradable, fue en el 2009, la otra tenía otra carrera, pero como le gustaba el futbol estaba ahí. Actualmente en radio Ambato en donde estoy desde el 2020 ya he tenido mayor contacto con compañeras sobretodo en el área deportiva que han sido 3 mujeres.	trayectoria con 5 mujeres periodistas.
¿Cree usted que ahora las mujeres pueden estar al mismo rango que los varones en el periodismo deportivo?	Sí, porque no, las mujeres son muy inteligentes, inclusive cerebralmente ellas tienen otra manera de desarrollarse, las mujeres son las que mejor deberían manejar, porque ellas pueden hacer miles de cosas a la vez, y en cualquier área ahora vemos presidentas, abogadas, rectoras, ministras, entonces en otra área como es el periodismo deportivo porque no.	En las mujeres hay mucha inteligencia, incluso pueden hacer miles de cosas a la vez y tienen otra manera de desarrollarse.
¿Qué protagonismo tiene las mujeres en los programas deportivos?	Depende de la capacidad, si hay alguien que simplemente se dedique a leer noticias va estar limitada a eso, pero si hay alguien que se suelta, que tenga confianza en sí misma, que quiere debatir de igual a igual con un hombre con argumentos puede tener el protagonismo, internacionalmente ya vemos que hay panelistas mujeres, las mismas ecuatorianas que les vemos en diferentes medios donde hay un nivel importante.	Nacional e internacionalmente ya se ven mujeres en buenos puestos, siempre y cuando tengan confianza y quieran debatir de igual a igual tienen el protagonismo necesario.
¿Cree usted que es importante implementar información deportiva con voces	Creyera que, si porque le da un matiz diferente, inclusive para tener una perspectiva diferente, se puede aprender hasta más teniendo esta equidad de género, compartiendo con la mujer y si algún momento solo trabajan mujeres,	Si porque ellas les dan un matiz diferente, teniendo en cuenta siempre su preparación y capacidad.

femeninas?	bienvenidas sean, principalmente por su capacidad.	
¿En Ambato existen medios de comunicación que incluyan a mujeres en los programas deportivos?	Si, aquí en Ambato yo conozco, incluyendo la que yo trabajo, son 4 medios de comunicación que generalmente están en todo y principalmente en trasmisiones a nivel nacional.	En la ciudad si hay mujeres que trabajen en periodismo deportivo.
¿Piensa que algunas mujeres no ejercen están actividades porque la remuneración no es buena?	Si, sin duda, yo tengo un ejemplo muy cercano, mi esposa estudio Comunicación Social en Quito y se involucró en medios deportivos nacionales y posteriormente cuando llego acá, ella se involucró en otra área fuera de este espacio del periodismo deportivo. Y bueno seguramente si hubiese tenido una remuneración aceptable quien quita que estuviera ejerciendo una de estas actividades, y conozco a otras personas que se graduaron en la UTA en Comunicación Social que tomaron otros caminos justamente por esta condición.	Habido muchos ejemplos de mujeres periodistas que han tomado otros rumbos porque la remuneración no ha sido adecuada, dejando de lado el periodismo deportivo, incluso eligiendo otras actividades fuera de este ámbito.

Fuente: Información tomada de la entrevista realizada por el investigador

Discusión

En los resultados del trabajo se pudo apreciar que la audiencia si le gustaría escuchar a una mujer en los programas deportivos y prefieren que las mujeres ahora comenten o relaten partidos de futbol, esto se puede evidenciar en la pregunta numero 10 formulada para encuestar a las personas, así mismo esto coincide con las entrevistas realizadas a los profesionales entendidos en el tema, donde concluyen que la mujer debería tener más espacio en estas actividades. Estos resultados también concuerdan con el trabajo de investigación de Tisalema (2023), aunque en este último se agrega el celo profesional porque se atacan entre mujeres.

Varios estudios apoyan y refutan estos resultados. Por ejemplo, Lough y Geurin (2019) han reportado que la audiencia valora la capacidad de las mujeres para cubrir eventos deportivos y proporcionar análisis perspicaces. Este reconocimiento se basa en la calidad de su trabajo y la profundidad de su conocimiento deportivo, mientras que Rojas-Torrijos y Ramon (2021) destacó que las mujeres periodistas deportivas son apreciadas por su capacidad para ofrecer una perspectiva diversa y rica en la cobertura de deportes, lo que mejora la experiencia general de la audiencia.

Estos resultados son consistentes con las percepciones en otros estudios, como, por ejemplo, de Humphreys y Pérez (2019) que encontraron que las audiencias deportivas tienden a preferir estaciones de radio bien establecidas y populares para obtener información deportiva. Por su parte, Schwarzenegger (2020) reportó que las personas a menudo recurren a fuentes de medios que han confiado durante años, especialmente en contextos deportivos, donde la familiaridad y la tradición juegan un papel importante en la elección de los medios.

Estudios apoyan la idea de que la inclusión femenina en roles clave no solo es aceptada sino también deseada por la audiencia, y podría ser beneficiosa tanto para los medios de comunicación como para los seguidores del deporte. Ramon y Rojas-Torrijos, (2022) revelaron que la audiencia aprecia la diversidad de género en la cobertura deportiva y considera que la presencia de mujeres comentaristas y relatoras enriquece la experiencia de los espectadores. La inclusión de voces femeninas ofrece nuevas perspectivas y análisis que son valorados por los seguidores del deporte. Por su parte, tienen la capacidad de atraer a una audiencia más amplia y diversa (Antunovic, 2019). La presencia femenina puede romper estereotipos y ofrecer una visión más completa del

deporte, sin embargo, señalan que, a pesar del creciente apoyo, las mujeres continúan siendo juzgadas más por su apariencia física que por sus habilidades profesionales.

3.2 Verificación de Hipótesis

La mujer en el periodismo deportivo los últimos años ha ganado protagonismo

Una vez obtenida la información de campo y las entrevistas, la hipótesis verificamos mediante las respuestas e interpretación de la información en la que se mostraron coincidencias entre los entrevistados.

Según Vanessa Vargas ella no lo ve a la mujer como imagen decorativa más bien conoce compañeras que se desempeñan por su capacidad, pero ella menciona que éstas dos características van de la mano más que todo en televisión, al igual que Sebastián Núñez director de deportes en Radio Caracol está de acuerdo que hoy en día ha ido ganando más protagonismo la mujer por su capacidad y no por figura propia de la mujer, más bien se ha dejado un lado el machismo y la mujer periodista últimamente se va ganando un enorme espacio.

Antonio Flores y Sebastián Núñez están de acuerdo que la mujer llama la atención cuando emite comentarios o participa en algún programa deportivo, es evidente que arrastra más rating ya que la gente le gusta escuchar o ver a una mujer, los entrevistados dicen que se dan cuenta cuando la gente se engancha en un programa o una transmisión simplemente por escuchar a una mujer, pero también depende de la capacidad con que emiten comentarios.

Vargas, Núñez y Flores mencionan que ahora la mujer está al mismo rango que el hombre en varios ámbitos sin excepción del periodismo deportivo, la mujer incluso es más capaz que cualquier hombre ya que puede hacer miles de cosas y manejar varias situaciones de mejor manera, cada vez se va viendo la participación de la mujer al igual que los hombres, en la actualidad hay mujeres que están teniendo protagonismo en aspectos políticos, laborables y sociales. Vanessa Vargas destaca también un detalle, a pesar que la mujer está teniendo un espacio al mismo nivel de los varones es obvio que la remuneración para la mujer no es buena en cuanto al periodismo deportivo, aún existe una diferencia en el sueldo de un hombre que de una mujer.

Vanessa Vargas y Antonio Flores señalan que la mujer ahora no solo puede dar comerciales o solo borde de campo, ya que está abierta a ocupar otras funciones como

comentarista, directora o incluso relatora de partidos de futbol o cualquier otro deporte pero que debe capacitarse, leer mucho, rodearse de personas que saben de deportes e incluso explorar lugares que respiren este tipo de deportes para que puedan tener diferentes perspectivas y creer en su capacidad intelectual.

Por el lado de Núñez como director de programas deportivos enfatiza que es importante implementar la voz femenina para que tenga mayor protagonismo en el periodismo deportivo ya que a la audiencia le gusta escuchar a una mujer siempre y cuando emita criterios válidos y sabe lo que habla, por el contrario, se puede llevar la burla de las personas. Además, para el entrevistado es uno de los sueños tener un programa donde participen solo mujeres que estén a la altura de esta rama, y así romper paradigmas machistas donde se pensaba que solo los hombres servían para este tipo de actividades.

En el caso de Vanessa Vargas su primera experiencia lo tuvo en 2011 y durante su permanencia ha aprendido mucho sobre periodismo deportivo y ha conocido varios lugares sobre todo por el futbol, además ha conocido excelentes personas y compañeras que ahora tienen sus puestos bien ganados, para ella hay que cambiar paradigmas y culturizar a la gente para que no solo les vean como objeto sexual o solo como adorno. Por eso es importante estudiar y prepararse para este ámbito ya que la entrevistada acota que no solo se lo haga por novelería o por estar sentado detrás de un micrófono, sino por profesión y pasión al periodismo deportivo.

CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

En base a la metodología aplicada y a los resultados obtenidos a través de la encuesta, se llegaron a las siguientes conclusiones que tributan a los objetivos inicialmente planteados.

- La evolución histórica de la participación de las mujeres en el periodismo deportivo en Ecuador refleja un camino de progreso gradual pero significativo. Desde una escasa presencia inicial, las mujeres han logrado consolidar su espacio en este campo, desempeñando roles cruciales como comentaristas y analistas deportivos. Aunque todavía están subrepresentadas en roles de liderazgo como relatoras y directoras, la tendencia apunta hacia una mayor inclusión y reconocimiento de su competencia. Este avance ha sido impulsado por la creciente aceptación y valorización de la audiencia, que reconoce la capacidad de las mujeres para ofrecer perspectivas ricas y diversificadas en la cobertura deportiva. La evolución de la participación femenina en este ámbito sugiere un movimiento hacia una representación más equitativa, aunque queda trabajo por hacer para alcanzar una paridad total.
- Las mujeres en el periodismo deportivo en la ciudad de Ambato enfrentan múltiples desafíos que limitan su plena integración y reconocimiento. Entre estos se encuentran los estereotipos de género persistentes, que cuestionan su competencia y capacidad en comparación con sus colegas masculinos. Además, la falta de oportunidades equitativas y el acceso restringido a roles de liderazgo perpetúan la percepción de que el periodismo deportivo es un ámbito predominantemente masculino. Estos desafíos se ven agravados por la discriminación implícita y explícita, así como por la limitada red de apoyo y desarrollo profesional disponible para las mujeres.

- En Ambato aún existen programas que solo participan hombres, mantienen un formato donde solo los varones llevan el hilo de las programaciones, por esto poco a poco la mujer va alcanzando estos espacios en el periodismo deportivo y se busca tener un panel donde haya solo mujeres dirigiendo un programa deportivo, como también lo mencionaba uno de los entrevistados, para así motivar a la nueva generación a involucrarse en estas actividades que antes era invadido por el machismo.

- Finalmente, la representación de las mujeres en los medios de comunicación de Ambato muestra una tendencia hacia una mayor inclusión, aunque aún insuficiente en comparación con los hombres. Las mujeres periodistas deportivas están presentes y son reconocidas en roles como comentaristas y analistas, donde su participación es valorada por la audiencia. Sin embargo, su representación en roles de alta visibilidad y liderazgo, como relatoras y directoras, sigue siendo limitada. La audiencia muestra una preferencia creciente por escuchar a mujeres en estos roles, lo que sugiere una demanda insatisfecha y una oportunidad para los medios de comunicación de mejorar la diversidad y calidad de su cobertura. La inclusión de más mujeres en estos roles clave no solo enriquecería la narrativa deportiva, sino que también contribuiría a una representación más justa y equilibrada en los medios de comunicación de Ambato.

4.2. Recomendaciones

- Para consolidar y acelerar el progreso hacia una representación equitativa de las mujeres en el periodismo deportivo en Ecuador, se recomienda implementar programas de mentoría y desarrollo profesional específicos para mujeres, incluyendo redes de apoyo con periodistas experimentadas, talleres de capacitación en liderazgo, y políticas que promuevan la inclusión en roles de alta visibilidad. Además, es esencial desarrollar programas de sensibilización y educación para desafiar estereotipos de género y establecer mecanismos de evaluación y monitoreo para medir el progreso. Estas acciones no solo promoverán la equidad de género, sino que también enriquecerán la cobertura deportiva con perspectivas más diversas.
- Para superar estas limitantes que enfrentan las mujeres en el periodismo deportivo en la ciudad de Ambato, se recomienda implementar programas integrales de capacitación y mentoría, junto con políticas que promuevan la equidad de género. Esto incluye ofrecer oportunidades de desarrollo profesional, establecer cuotas de género para roles de liderazgo, y crear redes de apoyo que fortalezcan la resiliencia y la confianza de las mujeres. Además, es crucial promover campañas de sensibilización para desafiar los estereotipos de género y fomentar un entorno más inclusivo y respetuoso en el ámbito deportivo.

- Para mejorar la representación de las mujeres en roles de alta visibilidad y liderazgo en los medios de comunicación de Ambato, se recomienda que las organizaciones de medios implementen políticas proactivas de inclusión de género, como cuotas para la contratación de mujeres en roles clave y programas de desarrollo profesional enfocados en habilidades de liderazgo. Además, deben promover activamente a mujeres en roles de relatoras y directoras para satisfacer la demanda creciente de la audiencia por una mayor diversidad de voces. Estas acciones no solo enriquecerán la narrativa deportiva, sino que también contribuirán a una representación más justa y equilibrada en los medios.
- Las ganas, perseverancia y no rendirse es lo fundamental para que una mujer pueda ocupar puestos de comentarista o relatora en partidos de fútbol transmitidos en vivo, o incluso dirigir programas deportivos ya sea por radio o televisión a nivel nacional e internacional como algunas mujeres periodistas que ya lo están logrando. Luchar por sus sueños y la auto preparación es pieza primordial para que la mujer tenga una mejor participación en radio y televisión, sin ponerse límites y con su capacidad ganarse un gran puesto al nivel de los hombres para romper todo tipo de estereotipos y paradigmas machistas.

Materiales de Referencia

Referencias bibliográficas

Andia, L. M. (2022). La percepción del público respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo en los programas radiales. Caso: Exitosa Deportes [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/30160

Antunovic, D. (2019). "We wouldn't say it to their faces": Online harassment, women sports journalists, and feminism. *Feminist Media Studies*, *19*(3), 428-442. https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1446454

Ávila, A. A. (2019). La mujer en el periodismo deportivo de Cuenca [Tesis de Pregrado, Universidad del Azuay]. http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8837

Boczek, K., Dogruel, L., y Schallhorn, C. (2023). Gender byline bias in sports reporting: Examining the visibility and audience perception of male and female journalists in sports coverage. *Journalism*, *24*(7), 1462-1481. https://doi.org/10.1177/14648849211063312

Chan-Olmsted, S., y Xiao, M. (2019). Smart Sports Fans: Factors Influencing Sport Consumption on Smartphones. *Sport Marketing Quarterly*, *28*(4), 181-194.

Cooky, C., Council, L. D., Mears, M. A., y Messner, M. A. (2021). One and Done: The Long Eclipse of Women's Televised Sports, 1989–2019. *Communication y Sport*, *9*(3), 347-371. https://doi.org/10.1177/21674795211003524

Courtney, M., Breen, M., McGing, C., McMenamin, I., O'Malley, E., y Rafter, K. (2020). Underrepresenting Reality? Media Coverage of Women in Politics and Sport. *Social Science Quarterly*, *101*(4), 1282-1302. https://doi.org/10.1111/ssqu.12826

Cummins, R. G., Ortiz, M., y Rankine, A. (2019). "Elevator Eyes" in Sports Broadcasting: Visual Objectification of Male and Female Sports Reporters. *Communication y Sport*, *7*(6), 789-810. https://doi.org/10.1177/2167479518806168

Crespo, J. R. (2019). Participación de mujeres en el periodismo deportivo de medios de comunicación de Machala, período julio-agosto 2019. [Trabajo de Titulación, Universidad Técnica de Machala]. http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/15094

Dhiman, D.B. (2023). Opportunities and Challenges for Women Journalist in Media Industry: A Critical Review (SSRN Scholarly Paper 4422097). https://doi.org/10.2139/ssrn.4422097

Domenico, G. D., Sit, J., Ishizaka, A., y Nunan, D. (2021). Fake news, social media and marketing: A systematic review. *Journal of Business Research*, *124*, 329-341. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.037

Evans, A. B., y Pfister, G. U. (2021). Women in sports leadership: A systematic narrative review. *International Review for the Sociology of Sport*, *56*(3), 317-342. https://doi.org/10.1177/1012690220911842

Everbach, T. (2018). "I Realized It Was About Them … Not Me": Women Sports Journalists and Harassment. En J. R. Vickery y T. Everbach (Eds.), *Mediating Misogyny: Gender, Technology, and Harassment* (pp. 131-149). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-72917-6_7

Hindman, L. C., y Walker, N. A. (2020). Sexism in Professional Sports: How Women Managers Experience and Survive Sport Organizational Culture. Journal of Sport Management, 34(1), 64-76. https://doi.org/10.1123/jsm.2018-0331

Holmqvist, D. (2020). "We still have a long way to go": A comparative study of Swedish and Brazilian women sports journalists' challenges and perspectives [Tesis de Maestria, Södertörn University]. https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:sh:diva-41130

Hovden, J., y Lippe, G. von der. (2020). The gendering of media sport in the Nordic countries. En *Sport, Outdoor Life and the Nordic World*. Routledge.

Humphreys, B. R., y Pérez, L. (2019). Loss aversion, upset preference, and sports television viewing audience size. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, *78*, 61-67. https://doi.org/10.1016/j.socec.2018.12.002

Koronios, K., Travlos, A., Douvis, J., y Papadopoulos, A. (2020). Sport, media and actual consumption behavior: An examination of spectator motives and constraints for sport media consumption. *EuroMed Journal of Business*, *15*(2), 151-166. https://doi.org/10.1108/EMJB-10-2019-0130

Kapuscinki, R. (2003). Los cinco sentidos del periodista . En R. Kapuscinki, *Los cinco sentidos del periodista* (pág. 13). Mexico : Gbriela Esquivada .

Lough, N., y Geurin, A. N. (2019). *Routledge Handbook of the Business of Women's Sport*. Routledge.

Nuño, C. L. (s.f.). Claves de la historia del periodismo . *Deposito de Investiagacion Universidad de Sevilla*, 11 .

Organista, N., y Mazur, Z. (2020). "You either stop reacting or you don't survive. There's no other way": The work experiences of Polish women sports journalists. *Feminist Media Studies*, *20*(8), 1110-1127. https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1690020

Osca, C. m. (2005). Una aproximacion a los generos periodisticos . En C. m. Osca, *Una aproximacion a los generos periodisticos* (pág. 19). Colombia : Manual de generos periodisticos .

Organista, N., Mazur, Z., y Lenartowicz, M. (2021). "I Can't Stand Women's Sports": The Perception of Women's Sports by Polish Sports Journalists. *Communication y Sport*, *9*(3), 372-394. https://doi.org/10.1177/2167479519876886

Pease, E. C., y Dennis, E. E. (2018). *Radio—The Forgotten Medium*. Routledge.

Perreault, G., y Bell, T. R. (2022). Towards a "Digital" Sports Journalism: Field Theory, Changing Boundaries and Evolving Technologies. *Communication y Sport*, *10*(3), 398-416. https://doi.org/10.1177/2167479520979958

Prieto, J. Y. (2018). El rol femenino en el periodismo deportivo colombiano [Tesis de Pregrado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. En Reponame: Colecciones Digitales Uniminuto. https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/10251

Ramon, X., y Rojas-Torrijos, J. L. (2022). Public service media, sports and cultural citizenship in the age of social media: An analysis of BBC Sport agenda

diversity on Twitter. *International Review for the Sociology of Sport*, *57*(6), 918-939. https://doi.org/10.1177/10126902211043995

Rojas-Torrijos, J. L., y Ramon, X. (2021). Exploring Agenda Diversity in European Public Service Media Sports Desks: A Comparative Study of Underrepresented Disciplines, Sportswomen and Disabled Athletes' Coverage on Twitter. *Journalism Studies*, *22*(2), 225-242. https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1809497

Rojas, J. (2022). El análisis del rol de las mujeres en el periodismo deportivo televisivo. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/660731

Rubio, K. S. (2018). Rol de la mujer y su perfil en el periodismo deportivo de los medios más representativos de Machala. [Trabajo de Titulación, Universidad Técnica de Machala]. http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/13014

Schwarzenegger, C. (2020). Personal epistemologies of the media: Selective criticality, pragmatic trust, and competence–confidence in navigating media repertoires in the digital age. *New Media y Society*, *22*(2), 361-377. https://doi.org/10.1177/1461444819856919

Sherwood, M. (2019). Citizen journalists, sports fans or advocates? The motivations of female independent sports media producers in Australia. *Australian Journalism Review*, *41*(2), 183-196. https://doi.org/10.1386/ajr_00005_1

Sherwood, M., Nicholson, M., y Marjoribanks, T. (2018). Women working in sport media and public relations: No advantage in a male-dominated world. *Communication Research and Practice*, *4*(2), 102-116. https://doi.org/10.1080/22041451.2017.1365176

Shor, E., van de Rijt, A., y Fotouhi, B. (2019). A Large-Scale Test of Gender Bias in the Media. *Sociological Science*, *6*, 526-550. https://doi.org/10.15195/v6.a20

Silva, K. M. (2018). El rol de la mujer en el periodismo deportivo en las radios de la ciudad de Ambato [Tesis de Pregrado, Universidad Técnica de Ambato,

Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación Social]. https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/28871

Sanchez, J. D. (21 de Septiembre de 2013). *Palbra Viva* . Obtenido de https://palabravivaconjhoana.wordpress.com/2013/09/21/el-periodismo-radiofonico/

School, E. B. (22 de mayo de 2020). Que hace un periodista deportivo? Madrid, Madrid , España .

Staurowsky, E. J., Watanabe, N., Cooper, J., Cooky, C., Lough, N., Paule-Koba, A., Pharr, J., Williams, S., Cummings, S., Issokson-Silver, K., y Snyder, M. (2020). Chasing Equity: The Triumphs, Challenges, and Opportunities in Sports for Girls and Women. En Women's Sports Foundation. Women's Sports Foundation. https://eric.ed.gov/?id=ED603936

Tisalema, E. I. (2023). El rol de la mujer y la desigualdad en el periodismo deportivo en Ambato [Tesis de Pregrado, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación]. https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/39590

Torres, M.M., y Ochoa, R. (2021). Inserción de la mujer en el periodismo deportivo ecuatoriano. Killkana sociales: Revista de Investigación Científica, 5(2), 17-28

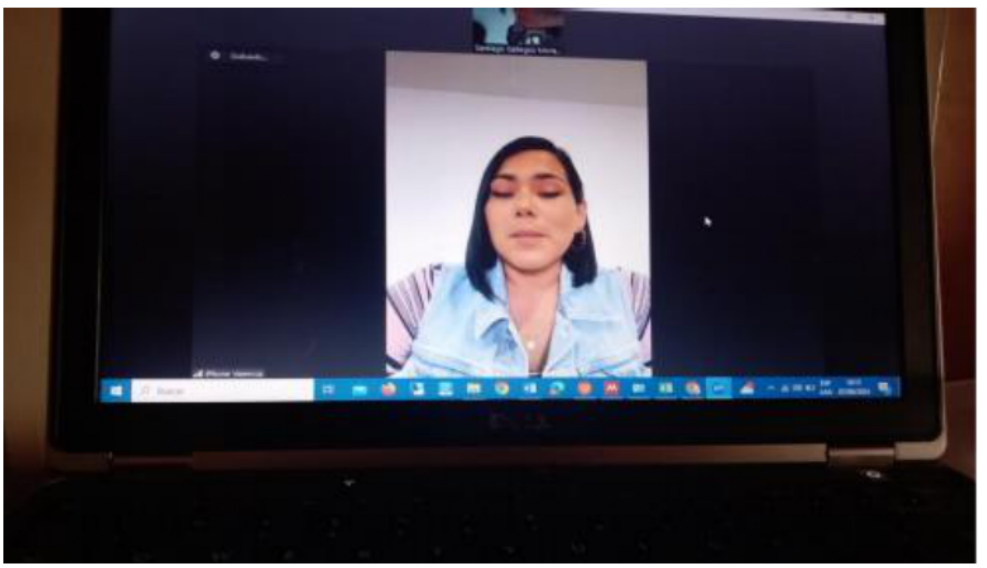
Weedon, G., y Wilson, B. (2020). Textbook journalism? Objectivity, education and the professionalization of sports reporting. *Journalism*, *21*(10), 1375-1400. https://doi.org/10.1177/1464884917716503

Weedon, G., Wilson, B., Yoon, L., y Lawson, S. (2018). Where's all the 'good' sports journalism? Sports media research, the sociology of sport, and the question of quality sports reporting. *International Review for the Sociology of Sport*, *53*(6), 639-667. https://doi.org/10.1177/1012690216679835

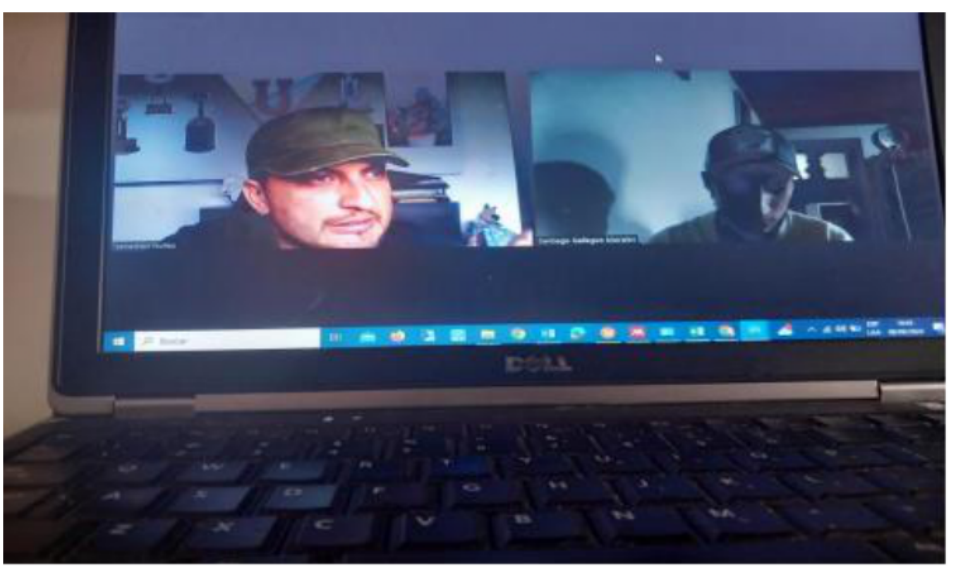
ANEXOS

Entrevistas periodistas Deportivos de la ciudad de Ambato. Vanessa Vargas, Sebastián Núñez, Antonio Flores

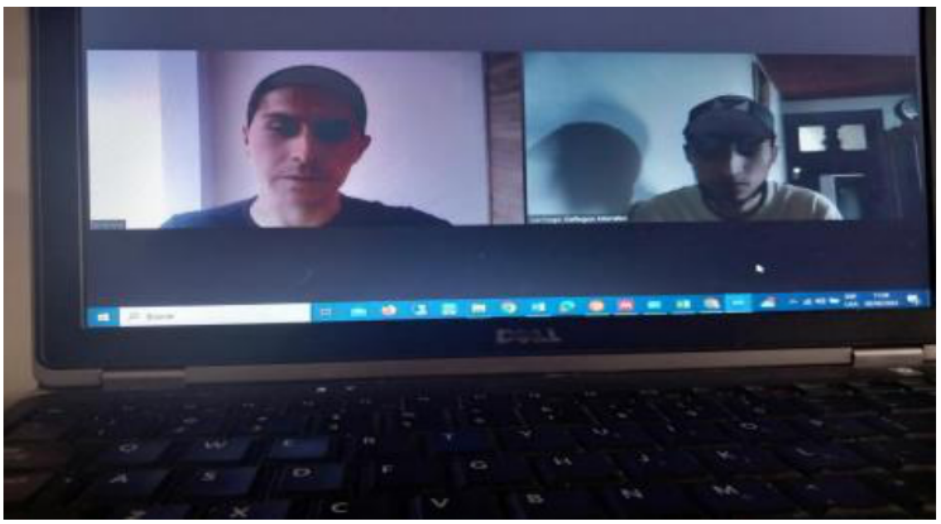
Anexo 1



Anexo 2



Anexo 3



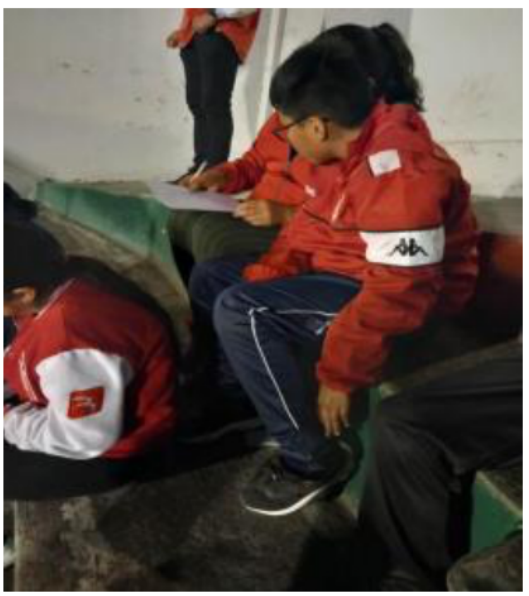
Anexo 4



Anexo 5



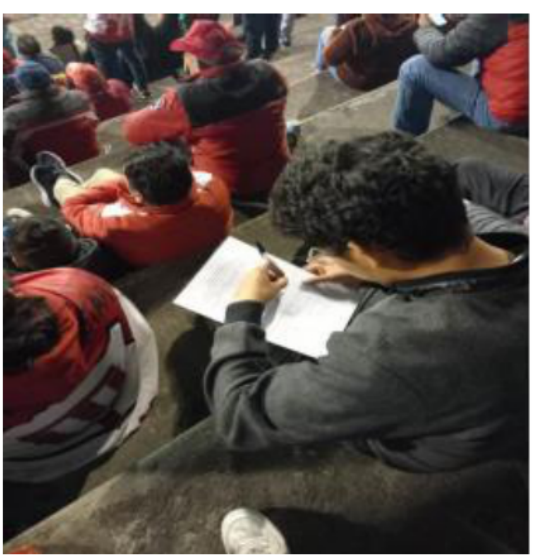
Anexo 6



Anexo 7



Anexo 8



Anexo 9

Carrera de Comunicación Social UTA

Encuesta Mujeres en el Periodismo Deportivo 2024

Encuesta dirigida a las personas que asisten a los partidos de fútbol en la ciudad de Ambato.

OBJETIVO: Identificar los problemas y condiciones que tienen las mujeres en el espacio del periodismo deportivo en radio.

SEXO: Hombre ( ) Mujer ( ) EDAD: …….

Favor responda de 1 a 5, siendo que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo.

¿Está de acuerdo, que existan programas radiales que incluyan a mujeres y hombres en un programa deportivo?

Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo

¿Con que frecuencia utiliza los medios de comunicación para informarse de los deportes?

Nunca	1	2	3	4	5	Siempre

¿Cree usted que es importante complementar la información de los programas deportivos radiales con voces femeninas?

No es importante	1	2	3	4	5	Muy importante

¿Está de acuerdo, que la mujer realice actividades periodísticas por su capacidad, y no sea utilizada únicamente como imagen decorativa?

Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo

¿Qué tan satisfecho está en escuchar a una mujer en los programas deportivos en los medios de comunicación?

No satisfecho	1	2	3	4	5	Muy satisfecho

¿Con que frecuencia escucha entrevistas, comentarios o relatos de mujeres en los programas deportivos de los medios de comunicación?

Nunca	1	2	3	4	5	Todos los días

¿Ha escuchado si las mujeres en el periodismo deportivo están al mismo rango de los hombres? Como:

	Leer Publicidad	Comentarios	Relatos	Reporteras	Directoras	

¿A cuántas mujeres ha escuchado realizando periodismo deportivo?

	Ninguna	De 0 a 2	De 2 a 4	De 4 a 6	De 6 o más	

¿Qué medio de comunicación escucha más?

	Radio caracol	Radio Ambato	Radio Centro	Stéreo Fiesta	Radio líder	

¿En qué función le gustaría escuchar a una mujer en los programas deportivos?

	Reportera	Comentarista	Voz comercial	Relatora	Entrevistas	

Anexo 10

Vanesa Vargas Gol Tv

¿Qué opina usted si la mujer al momento de adherirse al periodismo deportivo explota más por su capacidad o simplemente por figura femenina?

¿Qué perspectiva tiene sobre la audiencia cuando escucha en radio o televisión a una mujer comentar, reportar, dar estadísticas o relatar partidos de futbol?

¿Cuál fue su primera experiencia como periodista deportiva?

¿Cree usted que ahora las mujeres pueden estar al mismo rango que los varones en el periodismo deportivo?

¿Porque decidió ejercer esta profesión en el periodismo deportivo?

¿Cuál es su función en los programas deportivos o transmisiones de futbol?

¿Qué hace falta para cambiar los estereotipos y haya mayor igualdad de género en el periodismo deportivo de Ambato?

Que consejo les daría a las mujeres que están iniciando en este mundo del periodismo deportivo

Sebastián Núñez Radio Caracol

¿Qué opina usted, si la mujer al momento de adherirse al periodismo deportivo explota más por su capacidad o simplemente por figura femenina?

¿Qué perspectiva tiene sobre la audiencia cuando escucha en radio o televisión a una mujer comentar, reportar, dar estadísticas o relatar partidos de futbol?

¿Con cuantas mujeres ha trabajado en el medio ya sea radio o televisión? ¿Y en qué año?

¿Cree usted que ahora las mujeres pueden estar al mismo rango que los varones en el periodismo deportivo?

¿Qué protagonismo tiene las mujeres en los programas deportivos?

¿Cree usted que es importante implementar información deportiva con voces femeninas?

¿Usted como director de los programas deportivos, que considera o que evalúa en una mujer como para contratarle o vincularle a un trabajo en los medios de comunicación y en qué rol le pondría?

Antonio Flores Radio Ambato

¿Qué opina usted, si la mujer al momento de adherirse al periodismo deportivo explota más por su capacidad o simplemente por figura femenina?

¿Qué perspectiva tiene sobre la audiencia cuando escucha en radio o televisión a una mujer comentar, reportar, dar estadísticas o relatar partidos de futbol?

¿Con cuantas mujeres ha trabajado en el medio ya sea radio o televisión? ¿Y en qué año?

¿Cree Ud. que ahora las mujeres pueden estar al mismo rango que los varones en el periodismo deportivo?

¿Qué protagonismo tiene las mujeres en los programas deportivos?

¿Cree usted que es importante implementar información deportiva con voces femeninas?

¿En Ambato existen medios de comunicación que incluyan a mujeres en los programas deportivos?

¿Piensa que algunas mujeres no ejercen están actividades porque la remuneración no es buena?