



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

TEMA:

EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO, DEL
MEDIO DIGITAL G-SPORTS UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO,
ENERO – JUNIO 2022

AUTORES:

Pico Sánchez Jefferson Fabián

DIRECTOR:

Mgs. Kléber Romero

PAR ACADÉMICO:

Mgs. Renato Cabezas

Mgs. Sandra Paredes

GUARANDA – ECUADOR

2022

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO, DEL MEDIO DIGITAL G-SPORTS UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO, ENERO – JUNIO 2022

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de estar en este mundo, por darme fuerza y bendecirme para salir adelante y cumplir mis objetivos de manera profesional.

A mi maravillosa familia, quien me dio todo su apoyo incondicional en especial a mis padres Gerardo Pico y Leonor Sánchez y a mis bellos hermanos Luis, David, Daysi y Estela, también a mis cuñados/as y amigos que confiaron en mí en este largo camino recorrido.

Extiendo mis profundos agradecimientos a mis queridos docentes de la carrera de Comunicación en especial a mi tutor Mgs. Kléber Romero y a mis pares académicos Mgs. Renato Cabezas y Mgs. Sandra Paredes quienes han sido de base fundamental durante en el proceso y finalización de mi proyecto de investigación.

Finalmente, agradecer al representante del medio G – Sports Lcdo. Paul López por haberme abierto las puertas y poder realizar mi proyecto en esa maravillosa institución.

Jefferson Pico

DEDICATORIA

En primer instancia quiero dedicar mi proyecto de investigación a Dios por darme la sabiduría para llegar a donde estoy ahora, de igual manera a mis padres y hermanos ya que con el apoyo de ellos mi proceso de estudio ha sido un éxito.

En segundo lugar dedico a la Universidad Estatal de Bolívar por acogerme en esta maravillosa institución y poder cumplir mi sueño que tanto anhelaba desde un principio que llegué a esta hermosa ciudad de Guaranda.

Y por último dedico a todos mis amigos que confiaron en mi capacidad y me ayudaron a fortalecer mis conocimientos en las diferentes situaciones que me encontré durante la época universitaria.

Jefferson Pico

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. Klèber Romero, Mgs. Sandra Janeth Paredes Jiménez y Mgs. Renato Cabezas, en su orden Director y Pares Académicas del Trabajo de Titulación: **EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO, DEL MEDIO DIGITAL G-SPORTS UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO, ENERO – JUNIO 2022**, elaborado por el señor Pico Sánchez Jefferson Fabian .

CERTIFICAN

Que luego de revisar las respectivas correcciones del trabajo de titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Comunicación, por lo tanto, autorizamos su presentación y empastado.

Guaranda, 08 de febrero de 2023



Mgs. Klèber Romero.

DIRECTOR ACADÉMICO



Mgs. Sandra Paredes

PAR ACADÉMICO



Mgs. Renato Cabezas

PAR ACADÉMICO

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

DERECHOS DE AUTOR



DERECHOS DE AUTOR

Yo **Jefferson Fabian Pico Sánchez** portadora de la Cédula de Identidad No **1208301026** en calidad de autor/res y titular/es de los derechos morales y patrimoniales de Trabajo de Titulación: **EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO, DEL MEDIO DIGITAL G-SPORTS UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO, ENERO – JUNIO 2022**, modalidad **Proyecto de Investigación**, de conformidad con el Art. 114 del **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN**, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Jefferson Fabian Pico Sánchez



ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO.....	v
DERECHOS DE AUTORIA NOTARIZADA	vi
índice de gráficos	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT	xvi
CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	1
Descripción del problema	1
Formulación del problema	1
Preguntas de investigación.....	1
Justificación.....	2
Objetivos	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos	3
Idea a Defender	3
Variables	3
Variable independiente	3
Variable dependiente	3
Operativización de variables.....	3
• OPERATIVIZACIÓN DE VARIABLES	1
• OPERATIVIZACIÓN DE VARIABLES	3
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	1
Antecedentes	1
Científico.....	2

Conceptual.....	3
Historia del periodismo.....	3
Periodismo deportivo.....	4
Periodismo deportivo en Ecuador.....	5
Géneros de periodismos deportivos.....	6
Rol del periodista deportivo.....	6
Mujeres en el periodismo deportivo.....	7
Estereotipos de género.....	8
Medios de comunicación.....	9
Programas deportivos.....	10
Legal.....	11
Georreferencial.....	16
CAPITULO III. METODOLOGÍA.....	17
Tipo de Investigación.....	17
Enfoque de la investigación.....	17
Métodos de Investigación.....	17
Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos.....	17
Población y Muestra.....	18
Fórmula para determinar la muestra:.....	18
Procesamiento de la Información.....	19
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	20
Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados.....	20
Encuesta.....	20
Entrevista Director G- Sport.....	32
Análisis descriptivo y crítico de la entrevista a Paúl López - Director de G-Sport.....	35
CAPITULO V. PROPUESTA.....	36
CONCLUSIONES.....	41

RECOMENDACIONES	42
Bibliografía	43
ANEXOS	1
Encuesta	2
Entrevista.....	4

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población.....	18
Tabla 2. Edad encuestados	20
Tabla 3. Edad encuestados	21
Tabla 4. Pregunta 1	21
Tabla 5. Pregunta 2	22
Tabla 6. Pregunta 3	23
Tabla 7. Pregunta 4	24
Tabla 8. Pregunta 5	25
Tabla 9. Pregunta 6	26
Tabla 10. Pregunta 7	27
Tabla 11. Pregunta 8	28
Tabla 12. Pregunta 8	29
Tabla 13. Pregunta 8	30

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 Ubicación G – Sports - Quito	16
--	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Edad encuestados	20
Gráfico 2. Sexo de encuestados.....	21
Gráfico 3. Pregunta 1	22
Gráfico 4. Pregunta 2	23
Gráfico 5. Pregunta 3	24
Gráfico 6. Pregunta 4	25
Gráfico 7. Pregunta 5	26
Gráfico 8. Pregunta 6	27
Gráfico 9. Pregunta 7	28
Gráfico 10. Pregunta 8	29
Gráfico 11. Pregunta 8	30
Gráfico 12. Pregunta 8	31

INTRODUCCIÓN

Durante el siglo XX, la mujer ha logrado poco a poco empoderarse en diversos espacios dentro de la sociedad. Uno de ellos es el ámbito del periodismo, cobrando la presencia femenina mayor fuerza esencialmente después de la década de los 40, es aquí cuando la radio se había adjudicado como medio de comunicación principal; y, por otro lado, la televisión daba sus primeros pasos (Ontaneda, 2020).

El deporte y el periodismo han creado vínculos a lo largo de la historia, debido a que el deporte se ha convertido en un influyente poder, consiguiendo de esta manera que el periodismo deportivo sea la información que recorra multitudes en todo el mundo. Por otro lado, este género periodístico vive una revolución auténtica con la manifestación de las redes sociales desde finales de los años 90, lo que, además, ha posibilitado el consumo de contenidos digitales (Herrera,2020). Dentro de este proceso histórico, es importante resaltar la incursión femenina en el periodismo deportivo desde hace algunas décadas, especialmente en países hispanohablantes.

Se menciona que, en países como Ecuador, Argentina, Perú, Brasil, España, México, entre otros, se rescata el progreso que han llevado los medios de comunicación al introducir a las mujeres en las secciones deportivas, de esta manera la sociedad también se abre campo para la inserción femenina en el área laboral (Prieto, 2017).

A pesar de que a través de los años se ha ido incluyendo a la mujer en diferentes áreas laborables, siguen teniendo una desventaja para poder efectuar funciones en la misma medida que sus colegas masculinos. Esto no tiene nada que ver con sus capacidades e interés, pero siguen siendo los hombres los que se encargan de dar las directrices en los diversos equipos de trabajo, especialmente en los medios. Las mujeres han podido incursionar en el campo deportivo, no obstante, los cargos administrativos aún son una meta por lograr. Muchas veces las mujeres cumplen labores de presentación, reportería, lectura de información y demás actividades de participación menor, en realidad son pocos los casos en los que dirigen programas deportivos o secciones (Prieto, 2017).

En este contexto, la presente investigación se enfoca en el rol de la mujer en el periodismo deportivo, del medio digital G-Sport, el mismo que se lo crea hace ocho años, en Quito. Este medio nace con la iniciativa de promover el profesionalismo de un equipo joven y lleno de ideas para llevar el periodismo deportivo a otro nivel.

El medio de comunicación deportivo G- Sports Ecuador inicialmente trabajó en el tema comunicacional con estudiantes de la Universidad Central del Ecuador direccionándolos en el tema del trabajo de campo de deportes, narraciones, coberturas, presentaciones en estadios y lugares en donde se lleva a cabo las disciplinas. Hoy, en día, mencionado medio de comunicación continúa con la dirección que empezó y al momento cuenta con varias alianzas con medios de comunicación como Aucas Tv, Liga Tv, Radio la Rumbera y de la Federación Ecuatoriana de Fútbol.

El estudio se constituye en cinco capítulos. En el primer capítulo se especifica la descripción, formulación del problema, las preguntas de investigación, la justificación, los objetivos y la idea a defender. En el segundo capítulo se expone los antecedentes del estudio, el marco científico, conceptual y legal que amparan la investigación y la georreferencia del sitio. El tercer capítulo indica la metodología, en la cual se define el tipo, enfoque y método de investigación, las técnicas e instrumentos de recopilación de datos, el universo, población y muestra y el procesamiento de la Información.

El cuarto capítulo expone los resultados y discusión del estudio, en este punto se exhibe un apropiado análisis e interpretación de los resultados que se han alcanzado. El quinto capítulo es la propuesta de investigación. Posteriormente, se encuentra las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los anexos correspondientes.

RESUMEN

La presente investigación se da debido a la escasa participación de mujeres en el periodismo deportivo, por esto, se planteó como objetivo general indagar cual es el rol de la mujer en el periodismo deportivo. Para lo cual, se utilizó un estudio descriptivo para definir las características del fenómeno estudiado dentro del medio digital; bibliográfico con el fin de buscar información mediante base de datos verídicos. De la misma manera, se basó en un enfoque mixto, es decir, cuali-cuantitativo para la revisión de documentos encontrados y empleo de instrumentos como encuestas y entrevistas hacia actores clave, como el representante de G-Sport y la sociedad en general a través de un método deductivo para partir desde lo general hasta lo específico. Como resultados de la muestra a 273 personas se obtuvo que, el desempeño de la mujer presentó mejoras hasta la actualidad y en ocasiones supera la habilidad de expresión del sexo masculino. Por esto, se concluye, que es importante y necesario fomentar la equidad de género, sin discriminación ya que, todos los profesionales del periodismo tanto hombres como mujeres tienen la capacidad y oportunidad de ejercer su profesión de forma adecuada con mejoría diaria.

Palabras clave: Periodismo deportivo, mujeres, medios digitales, G-Sport.

ABSTRACT

The present investigation occurs due to the low participation of women in sports journalism, for this reason, the general objective was to investigate what is the role of women in sports journalism. For which, a descriptive study was used to define the characteristics of the phenomenon studied within the digital medium; bibliography in order to search for information through veridical databases. In the same way, it was based on a mixed approach, that is, qualitative-quantitative for the review of documents found and the use of instruments such as surveys and interviews with key actors, such as the representative of G-Sport and society in general through of a deductive method to start from the general to the specific. As results of the sample to 273 people, it was obtained that the performance of the woman presented improvements to the present and sometimes exceeds the expression ability of the male sex. For this reason, it is concluded that it is important and necessary to promote gender equity, without discrimination, since all journalism professionals, both men and women, have the ability and opportunity to exercise their profession adequately with daily improvement.

Keywords: Sports journalism, women, digital media, G-Sport.

CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Descripción del problema

En la actualidad grandes profesionales en fútbol, ciclismo, básquet y entre otras disciplinas se han formado en G-Sports Ecuador, de hecho, el medio de comunicación se diferencia por contar y formar periodistas altamente competentes, referenciándose como el medio de comunicación con equipo periodístico más joven del país especializados en informar los hechos deportivos de carácter local, nacional e internacional. Sin embargo, la participación de la mujer en medios de comunicación de carácter deportivo desde años atrás es escasa y más aún, es notable el desequilibrio existente con respecto a los hombres.

Es difícil encontrar un número representativo de mujeres ocupando espacios de deportes, por ejemplo, hablando de fútbol o relatando un partido. Por lo general varios medios ven a la mujer sólo para atraer audiencia y no precisamente para desenvolverse en el área con las mismas condiciones y derechos que lo hacen los hombres. A pesar de ello, el medio de comunicación deportivo G- Sports de a poco ha integrado a mujeres a las programaciones que tiene el medio, por ello se analiza cuál es ese rol de la mujer en estos espacios y la importancia de las actividades que cumplen dentro del medio de comunicación.

No se conoce cuál es la incidencia de la figura femenina en medios de comunicación deportiva como es G-Sports, por el mismo hecho de que la mujer se ha visto limitada precisamente por temas de machismo, discriminación y estereotipos marcados por la sociedad. Es así que, muchas veces se encierra a la mujer en esferas dentro de la actividad periodística, por lo tanto, se hace necesario romper con los esquemas tradicionales, logrando así una justa participación equitativa.

Formulación del problema

¿Cómo influye un análisis crítico del rol de la mujer en el periodismo deportivo, del medio digital G-Sports?

Preguntas de investigación

1. ¿Cómo se manifiesta la participación de la mujer en el medio de comunicación deportiva G-Sports Ecuador?

2. ¿Existe aún discriminación dentro del medio de comunicación G-Sports Ecuador?

3. ¿Entre los meses enero a junio cual fue el rol que desempeñó la mujer en G-Sports Ecuador?

Justificación

La presente investigación tiene como finalidad indagar acerca del rol femenino en programas deportivos ya que en varias ocasiones se ha limitado las oportunidades dentro de este ámbito. En el mundo periodístico existen mujeres que realizar su trabajo de manera correcta en el área, sin embargo, el problema se da al querer involucrarse más a fondo con el medio debido a estereotipos por lo que, muchos difunden que el periodismo solo es protagonizado y ejercido por hombres (Herrera, 2020).

En la actualidad al encender la televisión y acceder a un canal de programas deportivos se visualiza la escasa presencia de mujeres alrededor de sus conductores ya que, son pocos los programas que conceden el espacio a una mujer y en ocasiones solo por su apariencia física y no por la trascendencia de reportajes, comentarios, opiniones o temas (Solmirano & Winocur, 2021).

Por esto, un factor determinante es el nivel de profesionalismo dentro del medio en base a sus conocimientos, capacidad intelectual, de interpretación y recepción de noticias deportivas al momento de presentarlas ya que, juega demasiado su papel protagónico.

En Ecuador si se observa la participación de la mujer en programas deportivos con su relato, transmisión y comentarios respecto al fútbol. Por esta razón, la importancia de la investigación en cuanto a la equidad de género y desempeño de las actividades sin alguna discriminación social (Fumero, 2016).

En este caso, se analizará el impacto de los medios digitales ecuatorianos como G-Sports y la importancia del rol que cumplen las mujeres a la hora de realizar periodismo deportivo.

Objetivos

Objetivo General

Indagar cuál es el rol de la mujer en el periodismo deportivo.

Objetivos Específicos

- Analizar cuál es el aporte de la mujer en los estereotipos del periodismo deportivo.
- Determinar cuál es la participación de la mujer en medios de programas deportivo digital.
- Plantear espacios de programas deportivos para visualizar el rol de la mujer en el periodismo deportivo profesional.

Idea a Defender

La discriminación y el machismo provocan la escasa participación de la mujer en espacios dentro del periodismo deportivo.

Variables

Variable independiente

Medio digital G-Sports

Variable dependiente

El rol de la mujer en el periodismo deportivo

Operativización de variables

		Localidad concreta	Comunidad Ideologías	<p>¿Por qué cree usted que hay poco protagonismo de la mujer en el periodismo deportivo?</p> <p>¿Cree usted que la contratación de mujeres en el periodismo deportivo es para la atención de la audiencia por su aspecto físico?</p> <p>¿Cree usted que el trabajo realizado por periodistas deportivos femeninas es igualmente valorado por el público en general?</p> <p>¿Considera usted que es importante plantear espacios de programas deportivos para visualizar el trabajo de la mujer en el área de deportes?</p>	
--	--	-----------------------	-------------------------	--	--

		Evaluación de la situación actual	Análisis Impacto	<p>¿Las mujeres periodistas sienten un trato diferente de la audiencia comparado con los hombres periodistas?</p> <p>¿Cuáles han sido las dificultades que se ha presentado en la mujer al ejercer en el periodismo deportivo?</p> <p>¿La mujer realiza funciones periodísticas por su capacidad o solo por mejorar la imagen de programas deportivos?</p> <p>¿Qué percepción identifica en la audiencia cuando comenta una mujer sobre contenidos deportivos?</p>	Entrevista
--	--	-----------------------------------	------------------	--	------------

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes

Para la presente investigación ha sido importante contrastar investigaciones en repositorios digitales vinculados al tema de estudio.

En el estudio realizado por Herrera (2020) con el tema “La inclusión y el rol que cumple la mujer en el periodismo deportivo en los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Loja, año 2018” planteó como objetivo analizar el rol de la mujer en el periodismo deportivo. Para lo cual, aplicó una investigación bibliográfica, documental y descriptiva mediante instrumentos como entrevistas hacia directivos y periodistas deportivos.

De manera que, se logró conocer la historia del mismo y la participación femenina, la forma que la mujer se ha inmiscuido para evidenciar sus fortalezas y oportunidades. Sin embargo, el autor mencionó que en la ciudad las tareas que más realiza son secundarias como voz comercial y reporteras. Así, se concluyó que dentro de programas deportivos existe predisposición de aceptarlas sin padecer ninguna discriminación.

De la misma manera Silva (2018) en su investigación realizada con el tema “El rol de la mujer en el periodismo deportivo en las radios de la ciudad de Ambato”, como objetivo fue identificar la limitación en espacios deportivos hacia las mujeres, con el fin de llevar a cabo se enfocó de forma cualitativa a través de revisión de documentos interpretados y contextualizados de manera crítica mediante indicadores; de tipo bibliográfica-documental para profundizar varias temáticas y teorías basados en revistas, libros, periódicos.

Además, se diseñó entrevistas para 5 periodistas incluyendo mujeres de diversas instituciones; como resultado se obtuvo que la mujer ha ingresado al ámbito deportivo no solo por su imagen sino por el conocimiento y capacidad deportiva en relatar lo suscitado en cada deporte. Sin embargo, existe una gran diferencia en lo laboral ya que un hombre tiene más libertad para llevar cualquier rol periodístico en el cual, la mujer aun no llega. Por esto, da como conclusiones que las mujeres tienen la misma o mayor capacidad para inmiscuirse en diferentes programas deportivos

sin ningún inconveniente ya que, tienen un factor a su favor como su belleza para atraer más televidentes.

Y, por último, Rubio (2018) con el tema “Rol de la mujer y su perfil en el periodismo deportivo de los medios más representativos de Machala” con el objetivo de analizar el rol de la mujer en el periodismo deportivo en programas deportivos se enfocó en una investigación tipo cuantitativa mediante encuestas aplicadas a diversos medios deportivos con un total de 57 encuestados. Una vez llevado a cabo los instrumentos obtuvo como resultados en entre los 7 programas existen tan solo 4 mujeres que ocupan un rol en el área del periodismo en el ámbito deportivo, por lo que su desempeño se consideró como bueno tanto en presentación como en comentarios.

El investigador concluyó que, la mayoría de las mujeres dedicadas al periodismo deportivo no son profesionales, sin embargo, se valora la imagen que transmite en desenvolverse con una postura adecuada, valores y educación. Además, mencionó que en la actualidad el comentario de las mujeres en temas deportivos ya genera gran importancia, aunque existen pequeñas mejoras que deben seguir trabajando como el lenguaje técnico.

Científico

En la actualidad la mujer tiene varios derechos dentro de la sociedad, sin embargo, los medios de comunicación han sido responsables de crear una imagen falsa del arte femenino debido a la equidad de género, entre otros factores basado en la cosificación.

Por esto, la mujer es considerada desde el psicoanálisis como un varón incompleto por carencia de falo, inequidad de género ya que, sus consecuencias es la forma de ser tratada por la sociedad.

Cabe mencionar, que durante la edad media la mujer tuvo un ente ominoso debido a la quema de brujas ya que, posterior a la era victoriana logró un gran protagonismo como un indicio femenino de demencia con repercusiones para el XIX desde la corriente psicoanalítica, vista por Freud como un varón castrado.

Después, llegó el patriarcado con la creación de agricultura dando superioridad a los hombres, ya que, las mujeres fueron tomadas como amas de casa para atender actividades únicamente del hogar que en algunas ocasiones se presencia en la actualidad.

Por otro lado, hace referencia a la teoría de la fenomenología como una experiencia pre-predicativa con relación a las acciones y experiencias desde el contexto actual, es decir, la lucha diaria por la expresión de ideas para que su voz sea escuchada, así como, el reconocimiento a sus derechos.

Posterior al siglo XX se ha modificado la participación laboral de las mujeres, ya que, se determinan hitos que requieren relevancia para el fortalecimiento en su entorno; en el siglo XXI considera como la era de comunicación usan difusores para receptar la información desde herramientas digitales que ayudan a mejorar el rol femenino en el campo laboral (Organización Internacional del Trabajo, 2018).

En el Ecuador, desde el correísmo se ha dado paridad a ejercer cargos públicos a las mujeres y hombres sin ninguna restricción; desde entonces es importante mencionar que el número de estudiantes pertenecientes a instituciones educativas de periodismo tiene mayor cantidad las mujeres, pese a esto, aún existe supremacía y discriminación masculina (Sosa, 2020).

Conceptual

Historia del periodismo

En la antigüedad las noticias se transmitían o manejaban como una tradición oral, a la misma fue seguida por los manuscritos realizados sobre papiros, papel o pergaminos, en los cuales persas, egipcios y griegos contaban lo que acontecía a su entorno, dejando, de esta forma, una constancia material de los sucesos de diferentes épocas. Como tal el periodismo nace en Roma desde el instante en que se empezaron a efectuar memorias históricas, comentarios y actas, en las que no sólo surgen edictos sino también noticias de sucesos, sociedad y comentarios (Ontaneda, 2020).

Por otro lado, los adelantos europeos dieron paso a sus comienzos las que acontecieron con la invención de la imprenta, misma que jugó un papel significativo

para el desarrollo de las iniciales maneras de comunicación. Sus primeros pasos fueron a través de los medios impresos, concretamente los periódicos que eran de circulación tarda pero que acaparaban la atención de la multitud, seguidamente surgió la aparición de la radio dando un rumbo disímil, ya que, no solo se leía las noticias sino también se las escuchaba. Posterior a ello, se dio el boom de la televisión donde los espectadores se sentían más reconocidos al tener frente de ellos las imágenes sobre los acontecimientos que se presentaban (Herrera, 2020).

En los años 90, los diarios de Estados Unidos comenzaron a transmitir contenido periodístico mediante la web. En sus inicios, esto residía en el acomodo de los mismos materiales impresos, sin embargo, con el adelanto de la tecnología, se inició a ejecutar diseños periodísticos para internet. Estos diseños iban mejorando la arquitectura informativa y principiaron a atraer un gran número de espectadores. Actualmente, existen incontables publicaciones periodísticas en los medios digitales, las cuales amenazan con vencer a su precedente, la prensa escrita (Rojas, 2020).

Periodismo deportivo

Las noticias deportivas son una manera de comunicación social, y su primordial propósito es la producción y propagación de noticias afines con el deporte. Su trascendental objetivo es la recolección de información docta sobre sucesos deportivos, estos sucesos noticiosos avivan la atención del público y su trascendencia se puede ejecutar tanto a nivel nacional como internacional. El periodismo deportivo no únicamente debe sufrir reorganizaciones y cambios en la sección de los medios, sino que también debe adecuarse al cambio constante de la globalización del mercado para continuar siendo competitivo. Cabe mencionar que, uno de estos cambios es la mutación de lo analógico a lo digital (Chávez, 2019).

El periodismo deportivo se recalca como una diligencia social de impacto alto. El análisis del periodismo deportivo hace reseña a su crecimiento y con ello su evolución en relación al criterio y conocimiento de las personas que lo practican y las reacciones de los intérpretes que se los puede ver u escuchar por los medios de comunicación (Torres & Ochoa, 2021).

Por otro lado, se menciona que, es la rama que se encargará de informar sobre los torneos y competencias que se realizan en las diferentes disciplinas, ya sean a nivel mundial, nacional y local. Su presencia es más palmaria en los diversos medios considerándose el espacio de entretenimiento más visto a nivel internacionalmente debido a su variedad. Este periodismo es el encargado de conseguir información sobre los hechos deportivos mundiales para luego ser transmitidos por los diversos medios de comunicación (Herrera, 2020).

Periodismo deportivo en Ecuador

En Ecuador en las últimas décadas, el periodismo deportivo ha vivido un importantísimo desarrollo en sus canales, estructuras y modos de producir contenido, y ha colectado un progresivo protagonismo hasta consolidarse en el momento presente como la característica informativa de mayor alcance social en una gran parte de los países tanto americanos como europeos. El periodismo deportivo, es una de las tantas descendencias de la comunicación, indudablemente, en Ecuador deriva en parte fundamental de los medios de comunicación ya sea la, radiofónica, prensa escrita, digital o televisiva, debido a que la familia ecuatoriana tiene una cultura casi periódica de estar informado de los deportes, especialmente en el ámbito del fútbol (Estupiñán & Arteaga, 2019).

Los medios de comunicación públicos de Ecuador, en el año 2016, se comprometieron en promover en el periodismo ecuatoriano la igualdad de género, mediante un convenio que firmó el 18 de julio, con la Organización de Naciones Unidas de mujeres (ONU Mujeres). Dicho acuerdo, fue oficializado por Xavier Lasso, gerente general de RTV Ecuador. En la nota de ese entonces aludía que, la iniciativa busca crear compromisos con gobiernos, organizaciones regionales, sociedad civil, medios de comunicación y el sector privado con el objetivo de reducir la brecha en la igualdad de género, estimulando leyes y políticas y también a través de inversiones y acciones a escala nacional (Torres & Ochoa, 2021).

Asimismo, el Ministerio de Deporte organizó el congreso “Mujer y Deporte” en Quito los días 14 y 15 de diciembre del 2016. “Mujer y Deporte” habló sobre la participación de las mujeres, tanto en competencias como divulgando cada una de ellas (Torres & Ochoa, 2021).

Géneros de periodismos deportivos

- **Géneros informativos:** La noticia es la que se deriva de este género. El lector busca información diaria sobre sus equipos y sobre aquellos jugadores que le seducen por algún motivo. Ello es muy evidente en el fútbol, el cual consume la mayor parte de las horas de los programas de deportes en televisión. El lector quiere saberlo todo y de forma actualizada. Por ejemplo, los fichajes de su equipo en verano, las tácticas y alineaciones, el estado físico de los futbolistas, las cuentas del club, etc. (ESNECA Business School, 2021).
- **Géneros interpretativos:** Como por ejemplos los reportajes, crónica, fotorreportaje, entrevista y perfil. Si la noticia narra a la perfección la epidermis del fútbol y del resto de deportes, el reportaje profundiza en la información. Permite conocer historias curiosas, narraciones humanas y todo tipo de testimonios. Además, en ocasiones, saca a la luz aspectos oscuros que, con su difusión en los medios, redundan en un público más formado y en unos clubs que deben hacerse más transparentes. La crónica siempre ha incluido ciertos elementos valorativos e interpretativos (ESNECA Business School, 2021).
- **Géneros de opinión:** En este género se encuentra el editorial, artículo de opinión, crítica y columna. Es un género que utiliza el periodista deportivo para expresar sus ideas, opiniones, juicios o puntos de vista sobre temas de interés público general o permanente, pero no necesariamente sobre acontecimientos de actualidad inmediata (ESNECA Business School, 2021).

Rol del periodista deportivo

Según lo menciona el portal EAE Business School (EAE Business School, 2020), en el periodismo deportivo se cumple varias funciones y además hay un mayor margen para dar opiniones. Dentro de los roles del periodista están:

- **Recabar información:** Preferentemente, un periodista deportivo debe conseguir información de buenas fuentes y que sean directas, así marcará la diferencia. El periodismo deportivo tiene una metodología semejante al generalista en el sentido de no dar nombres de las fuentes si no existe una previa autorización.

- **Transmitir información:** Otra acción que cubre el periodista deportivo es la difusión de la información, misma que se puede dar por prensa digital, prensa escrita, radio o televisión.
- **Opinar:** Dentro del periodismo deportivo el espacio de opinión es significativo y hay varios profesionales que son especialistas en este campo.
- **Interactuar con la audiencia:** Con el auge de internet y su interrelación con demás medios de comunicación ha resultado en que el periodista deportivo tenga la capacidad de interactuar con la sociedad. En la actualidad, programas de TV o de radio tiene redes sociales, de esta manera, los usuarios poseen espacios para opiniones, quejas o sugerencias. Esto se entiende básicamente como la evolución de los teléfonos antiguos que se utilizaban para atender las llamadas del público.
- **Dirigir equipos de comunicación:** Son personas especializadas en la dirección de equipos de comunicación. Ocasionalmente, se encargan de movilizar decenas de individuos para cubrir un evento deportivo.

Mujeres en el periodismo deportivo

El nivel de participación de las mujeres referente al periodismo deportivo continúa siendo menor que de los hombres, debido a su ingreso tardío. Se han presentado varias dificultades como los estereotipos, tanto culturales como sociales (Piedra, 2021). Sin embargo, debido a su tenacidad, persistencia y pasión se ha logrado vencer los obstáculos.

Cuando el deporte se transmitió por medios comunicativos, la probabilidad de ver a una mujer era muy poca debido a la variedad de obstáculos o barreras que tenía que superar (Torres & Ichoa, 2021). Por ello, para incursionar al tema deportivo existe una preparación que lleva tiempo, y así ganarse el respeto tanto de compañeros como del público televidente, desde su manera de vocalizar hasta el conocimiento necesario en temas deportivos.

A pesar, del auge de movimientos y marchas de apoyo suscitados en los últimos años por la igualdad de género en los medios comunicativos aún existen varias periodistas que han presentado su valía por miedo a no ser valoradas por el público o compañeros de trabajo (Rubio, 2018).

Por esto, las periodistas deportivas tienen más obstáculos al ejercer su profesión en los deportes relacionados al género contrario como el fútbol, motociclismo, baloncesto y menos aquellos vinculados a la mujer como natación o gimnasia artística (Silva, 2018). Pese a toda barrera, el rol de la mujer en el área periodística ha ido cambiando ya que, a un inicio era imposible hallar mujeres dedicadas a las redacciones; y en la actualidad este número ha aumentado.

En la actualidad, existen mujeres ejerciendo su profesión en puesto de prestigio como directivas, esto permite visualizar un futuro de esperanza para todas quienes deseen dedicarse al mundo deportivo. Es necesario mencionar que, todo el cambio es real y a pesar de existir un desequilibrio en algunas disciplinas se está trabajando paso a paso para cambiar los estereotipos y romper definitivamente estas barreras presentadas durante varios años en el periodismo deportivo ejercido por mujeres.

El esfuerzo y formación son factores de éxito para alcanzar los objetivos y conseguir todo lo deseado, por lo que, es fundamental mencionar a quienes han marcado historia en el periodismo deportivo a nivel mundial como: Viviana Semienchuk, Alina Moine, Soledad Franco, Sara Carbonero, Adriana Monsalve, Margarita Wais, Angela Llerena, Luciana Rubinska, Inés Sainz, entre otras (Fumero, 2016).

Estereotipos de género

En la actualidad el ser humano se deja llevar por la primera impresión que propaga un medio de comunicación acerca de una mujer; estos medios se destacan por su gran influencia lo que genera estereotipos y prejuicios en base a la capacidad de las mujeres al difundir información (Torres & Ichoa, 2021).

Por esto, la mujer es considerada como un sexo débil e incapaz de controlar sus emociones por lo que, conlleva al género femenino ser visto como frágil para trabajar en un espacio (Herrera, 2020). Todo lo mencionado, son excusas utilizadas para denigrar a una mujer que impide el desarrollo profesional en el área deseada.

Sin embargo, la mujer en toda su historia ha afrontado a diferentes momentos desastrosos como la desigualdad de género que, en pleno siglo XIX es claro y uno

de los elementos más importantes para lograr la equidad de género es a través de los medios de comunicación (Silva, 2018).

Debido a esto, es importante mencionar que el ambiente periodístico genera opiniones diferentes por la inclusión del género femenino en el área deportiva; esto por un análisis realizado en diarios españoles que han dado un impacto positivo y negativo contra la mujer ya que, en la reacción mostrada por los aficionados en sus comentarios se percibe una actitud machista; siendo así que, en las portadas de diarios y hasta en televisión la mujer es vista como un elemento pasivo, ornamental que no hace nada pero muestra su belleza convirtiéndose en un elemento sexual o decorativo para atraer la atención del grupo de lectores.

La presencia de la mujer en los medios de comunicación se ha visto por un corto tiempo, debido a los prejuicios sociales y culturales como la capacidad femenina para ejercer la profesión periodística.

La exclusión y discriminación femenina en los medios de comunicación es marcada y fuerte debido a los avances lentos y la oleada del feminismo que inmiscuyen la labora de la mujer en actividades diseñadas para hombres (Rubio, 2018). A pesar, que en la época antigua no se desempeñaba en el área de comunicación con el pasar del tiempo se ha preparado y abiertos espacios para ellas, sin embargo, existen pocas mujeres que prestan sus servicios en la rama del periodismo deportivo.

En Ecuador, en el año 2016 todos los medios de comunicación fomentaron el compromiso por la igualdad de género frente al periodismo ecuatoriano mediante un convenio firmado con la Organización de Naciones Unidas de mujeres el 18 de julio y oficializado por Xavier Lasso como gerente general de RTV Ecuador. Además, se presentó en una noticia publicada por el Comercio (Piedra, 2021).

Medios de comunicación

La expansión de los medios de comunicación ha facilitado en difundir diversas noticias y competiciones deportivas que permita atraer a más público mediante una relación mutua ente el deporte y estas herramientas como la televisión, misma que popularizo eventos deportivos hasta convertirse en pioneras al transmitir partidos, ligas, campeonatos y noticias referentes al mundo del deporte (Rubio, 2018).

La función de los medios de comunicación es promocionar al deporte como un espectáculo ya que, en la actualidad el periodismo deportivo se ha convertido en una modalidad informativa con gran afluencia de espectadores ya que, permiten visualizar un contenido de calidad, impactante, novedoso o de interés (Solmirano & Winocur, 2021).

Con la llegada del internet, los medios de difusión de contenido se han incrementado, desplazando a la radio y televisión en segundo plano ya que, los recursos direccionados al fútbol en la red son grandes debido a su visualización de noticias desde una página web, perteneciente a cada club hasta aquellos que retransmiten en tiempo real eventos deportivos (Herrera, 2020).

Esto a veces suele afectar psicológicamente a los deportistas con el temor a defraudar las expectativas de su público o por los comentarios recibidos a través de medios de comunicación por su actuación deportiva, misma que afecta a su rendimiento y confianza propia (Fumero, 2016).

Además, es importante mencionar que la influencia ejercida por el deporte en los medios de comunicación se da por su economía y programación, sin embargo, también se menciona al prestigio de instituciones mediáticas y la tecnología.

Programas deportivos

En la actualidad, la llegada de programas deportivos presenta un nivel alto internacionalmente, por esto, tanto hombres como mujeres además de verlos a través de medios de comunicación o por internet, también los practican (Fumero, 2016).

El objetivo de un programa deportivo es entretener e informar a su audiencia en ocasiones se excluye la neutralidad del ejercicio periodístico con el fin de atraer y convencer a su público algún contenido sea de un evento deportivo o relacionado a un deportista.

Entre los tipos de programas deportivos se menciona (Solmirano & Winocur, 2021):

Informativo: Relacionado a noticias, crónicas, entrevistas o reportajes deportivos que ocupan un espacio importante cada día.

Carrusel: Se basa en estructurar la emisión por medio de rueda de conexiones actuales en el tema deportivo. Se lo hace de forma directa.

Magacín deportivo: Relacionado a entrevistas a deportivos, representantes de instituciones, especialistas de noticias de última hora, de manera que sea impactante para el espectador.

Retransmisión: Referente a retransmitir un evento deportivo acompañado de comentarios por especialistas en el tema.

Es importante mencionar que los programas deportivos son considerados los reyes de fines de semana por el contenido presentado.

Legal

Constitución de la República del Ecuador (CRE)

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

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas. (Constitución de La República Del Ecuador, 2008, p. 14)

En cuanto a la regulación de prevalencia de contenido, la CRE en su artículo 19 indica que:

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

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus

opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación. (Constitución de La República Del Ecuador, 2008, p. 14)

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

7. El derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, réplica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario. (Constitución de La República Del Ecuador, 2008, p. 14)

Convención Contra todas las Formas de Discriminación hacia las Mujeres

Artículo 1. A los efectos de la presente Convención, la expresión "discriminación contra la mujer" denotará toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas políticas, económicas, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera (Convención Contra Todas Las Formas de Discriminación Hacia Las Mujeres, 1979, p. 2)

Ley Orgánica de Comunicación

Art. 3.- Contenido comunicacional- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, p. 9)

En relación a los medios de comunicación social, la Ley Orgánica de Comunicación, en su artículo 5 menciona que:

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones

públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, p. 10)

Para la Ley Orgánica de Comunicación el derecho a la libertad de pensamiento y expresión se manifiesta en el artículo 17:

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel, de periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, p. 10)

Todas las personas tienen derecho a recibir información de calidad para la cual la Ley Orgánica de Comunicación estipula que:

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. - Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, p. 10)

La Ley Orgánica de Comunicación también estipula el derecho a la creación de medios de comunicación social, presente en el artículo 33:

Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social. - Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a

formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, p. 10)

El libre ejercicio de la comunicación de igual manera está establecido dentro de la Ley Orgánica de Comunicación, presente en el artículo 42:

Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación. - Las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución los instrumentos internacionales de derechos humanos y esta Ley.

Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.

Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de los pueblos y nacionalidades y en medios comunitarios, no estarán a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior.

En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, p. 10)

Así mismo, esta ley en su artículo 60 establece la identificación y clasificación de los tipos de contenidos, mencionando lo siguiente:

Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. - Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

a. Informativos -I;

b. De opinión -O;

c. Formativos/educativos/culturales -F;

d. Entretenimiento -E;

e. Deportivos -D; y,

f. Publicitarios -P.

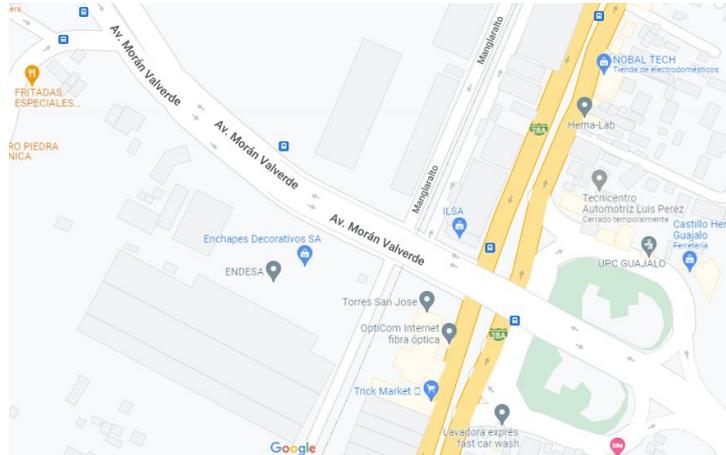
Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos determinados por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación.

Los medios de comunicación de radiodifusión sonora y televisión, públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir sobre el contenido de su preferencia.

Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios, los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, p. 10)

Georreferencial

Figura 1
Ubicación G – Sports - Quito



Fuente: Google maps

CAPITULO III. METODOLOGÍA

Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, debido a que analiza y describe las características del objeto de estudio, en este contexto, el medio digital G-Sport. Asimismo, la investigación es de campo, debido a que, hubo acercamiento ha mencionado medio para aplicar los debidos instrumentos. Es investigación bibliográfica puesto que, se tomó en consideración información fiable de varias bases de datos que sirvieron de sustento teórico para el estudio.

Enfoque de la investigación

Se presenta un enfoque cuali-cuantitativo, cualitativo fue empleado en la revisión bibliográfica el cual tuvo un alcance descriptivo. De esta manera, se tiene información fiable y acorde a las variables de estudio. El enfoque cuantitativo se empleó en la aplicación de las encuestas y entrevistas a actores clave para este estudio, es decir, el representante de G-Sport y la comunidad en general. Seguidamente se realizó las tabulaciones pertinentes tanto de encuestas como de entrevista en Microsoft Excel.

Métodos de Investigación

En la presente investigación ha sido aplicado el método deductivo. En este método se parte de lo general a lo específico, es decir, en los capítulos precedentes se hace alusión desde la historia del periodismo hasta los programas y medios deportivos como es G-Sport, de igual manera hasta tener información concreta con la aplicación de los instrumentos a los actores clave.

Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

Encuesta

Se realizó una encuesta a la población quiteña económicamente activa con el fin de recolectar los datos necesarios para mostrar los resultados obtenidos al aplicar el instrumento, el cual fue diseñado mediante el formulario de Google para facilitar la investigación y ahorro de tiempo.

Entrevista

La entrevista será no estratificada aplicada al representante legal de institución deportiva G-SPORT, este instrumento fue realizado de forma presencial para mejorar la interacción y conocer mejor la perspectiva del rol femenino en el periodismo digital.

Población y Muestra

Se realizó al cantón Quito, población económicamente activa (hombres y mujeres) de 5 años y más.

Tabla 1. Población

	Cantidad
Económicamente activa desde 5 años	308.610
Total	308.610

Fuente: Elaboración propia

Muestra

Una vez definida la población, se procede al cálculo del tamaño muestral.

Fórmula para determinar la muestra:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2 + \frac{Z^2 * p * q}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra:

N= Tamaño de la población: 308.610

p= Probabilidad de ocurrir alguna eventualidad: 0.5

q= Probabilidad de que NO ocurra alguna eventualidad: 0.5

e= Error admisible: 0.05

Z= Nivel de confianza: 1.645

$$n = \frac{1.645^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 + \frac{1.645^2 * 0.5 * 0.5}{308.610}} = 273$$

Entonces con un margen de error del 5% a un nivel de confianza del 90% y con una población total de 308.610 el tamaño de la muestra corresponde a 273 ciudadanos.

Procesamiento de la Información

Para esta investigación se tomó la información recogida mediante la encuesta realizada, la misma información fue evaluada y ordenada mediante un archivo .xls elaborado en el Software Microsoft Office Excel, mostrados a través de gráficos y tablas estadísticas.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

Encuesta

La encuesta se realizó a la población quiteña económicamente activa con una muestra de 84 encuestados. A continuación, se detalla el análisis de cada pregunta.

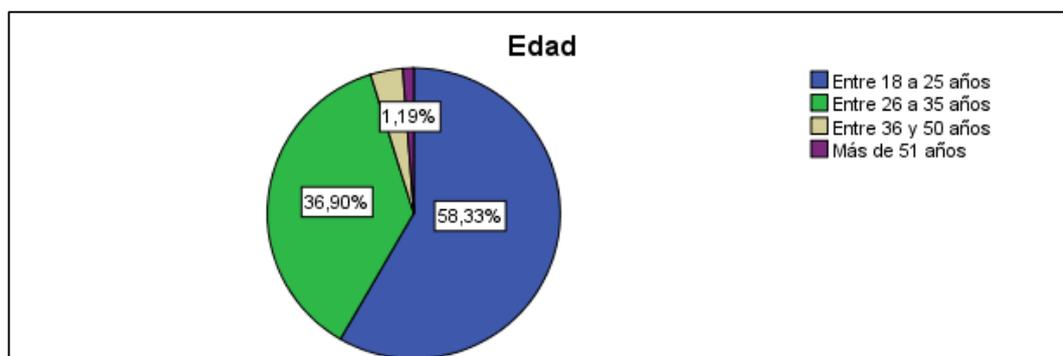
Edad

Tabla 2. Edades encuestadas

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18 a 25 años	49	58,30%
Entre 26 a 35 años	31	36,90%
Entre 36 a 50 años	3	3,60%
Más de 51 años	1	1,20%
Total	84	100%

Fuente. Elaboración propia

Gráfico 1. Edades encuestadas



Fuente: Datos extraídos del Software SPSS

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos indican que el 58,30% de encuestas pertenecen entre los 18 a 25 años, el 36,90% entre los 26 a 35 años, el 3,60% entre 36 a 50 años y tan sólo el 1,20% más de 51 años.

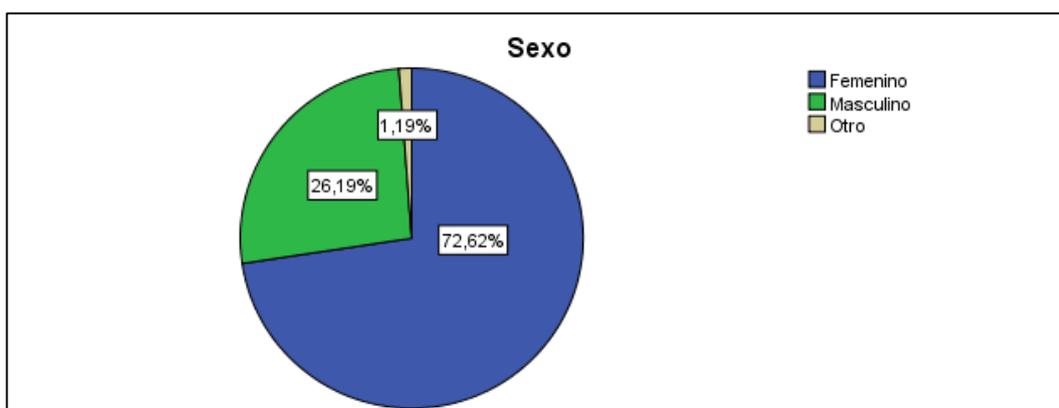
Sexo

Tabla 3. Edades encuestadas

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	61	72,60%
Masculino	22	26,20%
Otro	1	1,20%
Total	84	100%

Fuente. Elaboración propia

Gráfico 2. Sexo de encuestados



Fuente: Datos extraídos del Software SPSS

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada se identifica que el 72,60% pertenece al sexo femenino, el 26,20% masculino y un mínimo del 1,20% a otro no identificado.

Con esto, las respuestas serán más positivas y asertivas ya que se habla del rol femenino en el periodismo digital.

1. ¿Cuál es su percepción de la presencia de la mujer en medios digitales?

Tabla 4. Pregunta 1

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Buena	66	78,60%
En progreso	34	68%
Total	84	100%

Fuente. Elaboración propia

Gráfico 3. Pregunta 1



Fuente: Datos extraídos del Software SPSS

Análisis e interpretación

Respecto a la percepción de la presencia de la mujer en medios digitales el 78,57% indican estar en progreso mientras que el 21,43% brindan como respuesta “buena”.

Ya que, en la actualidad se ha visto que las mujeres desempeñan su puesto de trabajo como periodista de la mejor manera y en ocasiones superan la habilidad de expresión de los hombres, por esto se ha presenciado con mayor cantidad al sexo femenino.

2. ¿Considera que las mujeres poseen las mismas cualidades y capacidades que los hombres para hablar sobre temas deportivos?

Tabla 5. Pregunta 2

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	5	6%
Si	79	94%
Total	84	100%

Fuente. Elaboración propia

Gráfico 4. Pregunta 2



Fuente: Datos extraídos del Software SPSS

Análisis e interpretación

Mediante la aplicación de la encuesta respecto a las cualidades y capacidades de las mujeres sobre temas deportivos el 94,05% consideran que superan a los hombres mientras que el 5,95% muestran su negativismo.

Tanto hombres como mujeres tienen las mismas capacidades para cumplir el rol de periodista en el tema deportivo ya que, en la actualidad se ha identificado la presencia de mujeres en diferentes roles como comentaristas desempeñando de manera correcta su puesto de trabajo; sin embargo, existe un porcentaje mínimo que aun discrimina a una mujer ser parte de su espacio.

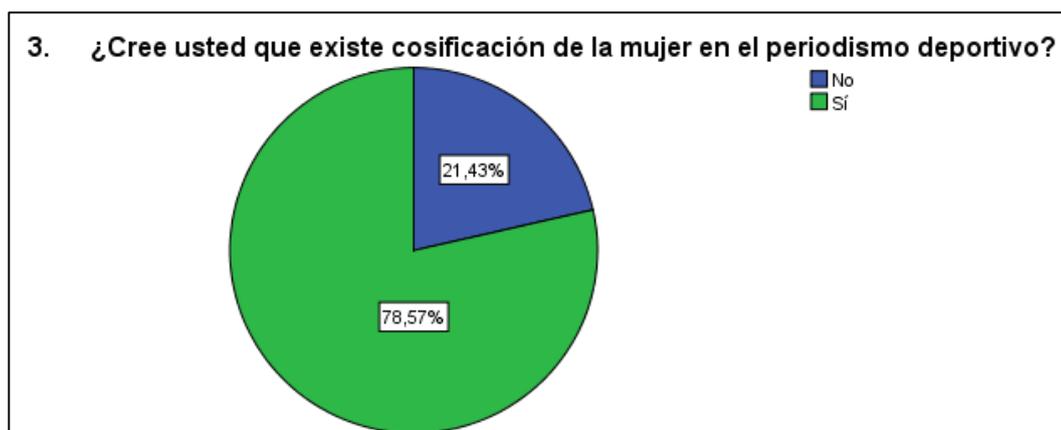
3. ¿Cree usted que exista cosificación de la mujer en el periodismo deportivo?

Tabla 6. Pregunta 3

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	18	21,4%
Sí	66	78,60%
Total	84	100%

Fuente. Elaboración propia

Gráfico 5. Pregunta 3



Fuente: Datos extraídos del Software SPSS

Análisis e interpretación

Respecto a la cosificación de la mujer en el periodismo deportivo se evidenció que el 78,57% si existe mientras que el 21,43% confirma su negación.

Esto es porque las mujeres día tras día han dominado los temas deportivos para generar experiencia y adquirir nuevos conocimientos. Por esto, es importante ir a la vanguardia con las noticias actuales en todos los deportes para evitar la discriminación y fomentar la igualdad de género.

4. ¿Cree usted que ha avanzado el rol de la mujer en el periodismo deportivo?

Tabla 7. Pregunta 4

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	16	19,05%
Si	68	80,95%
Total	84	100%

Fuente. Elaboración propia

Gráfico 6. Pregunta 4



Fuente: Datos extraídos del Software SPSS

Análisis e interpretación

Con los datos obtenidos se evidencia que el 80,95% indica que el rol de la mujer en el periodismo deportivo si ha avanzado mientras que el 19,05% muestra su negativismo.

En la actualidad, se ha evidenciado el avance de la mujer en el periodismo deportivo debido a su mayor participación en medios de comunicación como canales de televisión, redes sociales. Esto es posible ya que, han demostrado su capacidad para relatar eventos deportivos con los conocimientos necesarios para desenvolverse día tras día en su profesión.

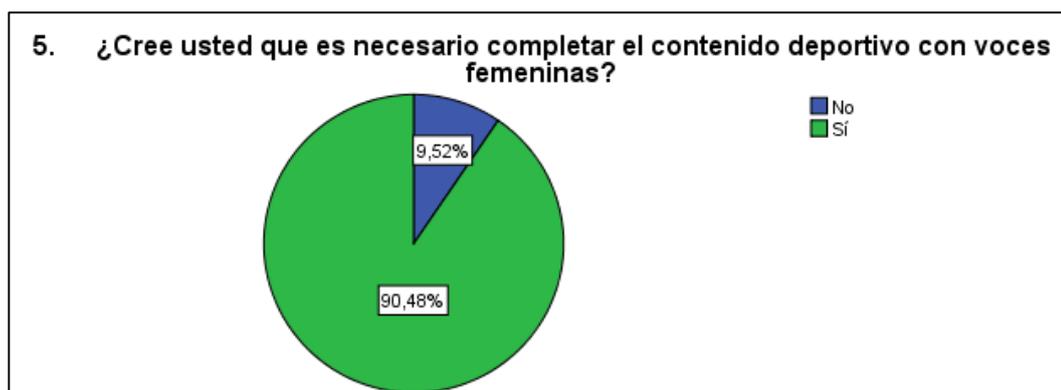
5. ¿Cree usted que es necesario completar el contenido deportivo con voces femeninas?

Tabla 8. Pregunta 5

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	8	9,52%
Si	76	90,48%
Total	84	100%

Fuente. Elaboración propia

Gráfico 7. Pregunta 5



Fuente: Datos extraídos del Software SPSS

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos el 90,48% indican que si es necesario completar el contenido deportivo con voces femeninas mientras que el 9,52% especifican la no necesidad.

En los canales deportivos, se ha evidenciado que es importante la presencia de la voz femenina en relatar al menos una noticia deportiva debido a su sutileza en la forma de expresarse y la melodía de su tono de voz, suele ser más atractivo para el espectador y público en general.

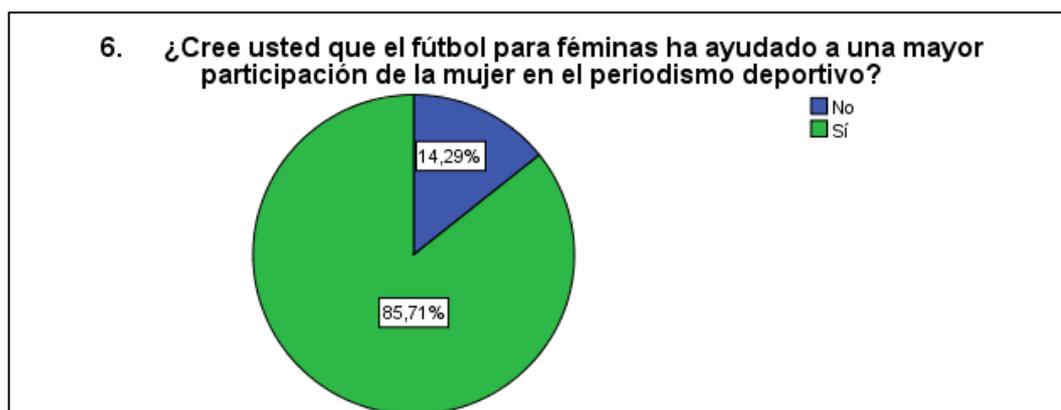
6. ¿Cree usted que el fútbol para féminas ha ayudado una mayor participación de la mujer en el periodismo deportivo?

Tabla 9. Pregunta 6

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	12	14,29%
Si	72	85,71%
Total	84	100%

Fuente. Elaboración propia

Gráfico 8. Pregunta 6



Fuente: Datos extraídos del Software SPSS

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos de la encuesta el 85,71% menciona que el fútbol para féminas si ha ayudado en incrementar la participación de la mujer en el periodismo deportivo y tan sólo el 14,29% indica que no ha sido de gran ayuda.

Sin embargo, el fútbol femenino si ha ayudado a las mujeres ya que, varias futbolistas ejercen su profesión como director técnico y otras como comentaristas deportivas. Por lo que, en varios eventos deportivos se visualiza la presencia de mujeres dirigiendo el inicio de un partido futbolístico.

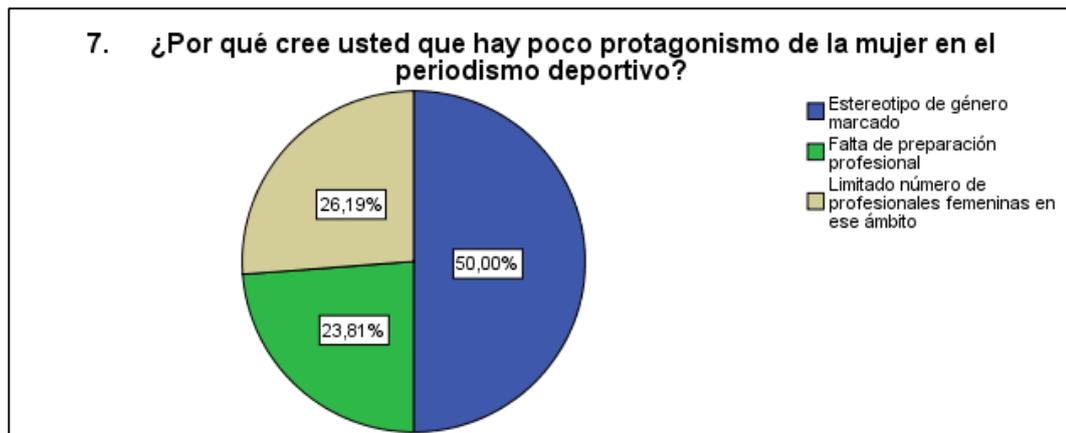
7. ¿Por qué cree usted que hay poco protagonismo de la mujer en el periodismo deportivo?

Tabla 10. Pregunta 7

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Estereotipo de género marcado	42	50%
Falta de preparación profesional	20	23,81%
Limitado número de profesionales féminas en ese ámbito	22	26,19%
Total	84	100%

Fuente. Elaboración propia

Gráfico 9. Pregunta 7



Fuente: Datos extraídos del Software SPSS

Análisis e interpretación

Según la encuesta el 50% indica que existe poco protagonismo de la mujer en el periodismo deportivo debido al estereotipo de género marcado; seguido del 28,19% debido al profesionalismo dentro del ámbito y por último el 23,81% por la falta de preparación profesional.

En la actualidad, debido a la equidad de género se excluye a las mujeres en el ámbito del periodismo, falta de preparación y límites de profesionales en el área. Sin embargo, a pesar de lo especificado existen mujeres que día a tras día incrementan su preparación profesional para mejorar su profesionalismo.

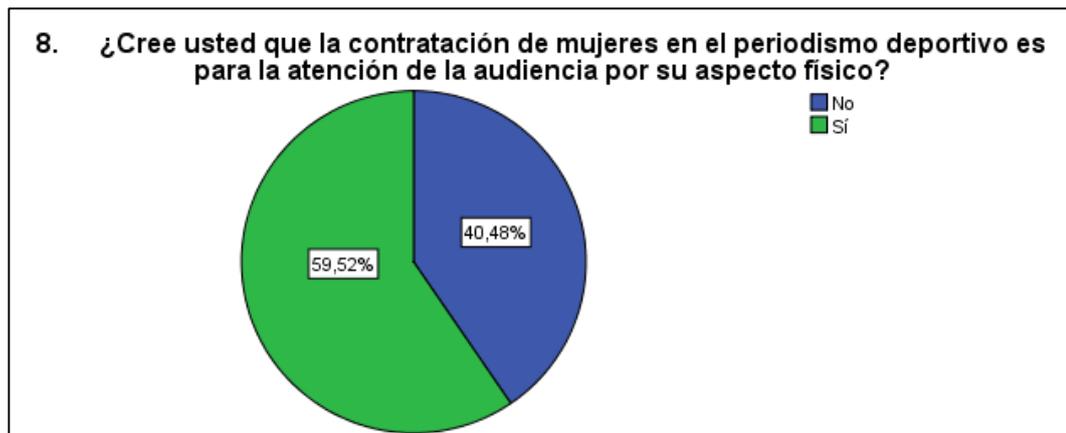
8. ¿Cree usted que la contratación de mujeres en el periodismo deportivo es para la atención de la audiencia por su aspecto físico?

Tabla 11. Pregunta 8

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	34	40,48%
Si	50	59,52%
Total	84	100%

Fuente. Elaboración propia

Gráfico 10. Pregunta 8



Fuente: Datos extraídos del Software SPSS

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos se evidencia que el 59,52% piensan que es importante la contratación de mujeres en el periodismo deportivo mientras que el 40,48% mencionan que no generan audiencia a pesar de su aspecto físico.

Sin embargo, en la actualidad dentro del periodismo digital las mujeres incrementan su audiencia por su aspecto físico y la manera de desenvolverse frente a temas deportivos por su preparación continua.

9. ¿Cree usted que el trabajo realizado por periodistas deportivas femeninas en G-SPORTS es igualmente valorado por el público en general?

Tabla 12. Pregunta 8

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	33	39,29%
Si	51	60,71%
Total	84	100%

Fuente. Elaboración propia

Gráfico 11. Pregunta 8



Fuente: Datos extraídos del Software SPSS

Análisis e interpretación

Según la encuesta aplicada el 60,71% piensan que el trabajo realizado por las mujeres si es valorado por la audiencia, sin embargo, el 39,29% piensan que no tiene protagonismo en el ámbito.

Por esto, las mujeres continúan con su preparación diaria para aumentar su conocimiento en temas deportivos y de esta manera, que su trabajo sea valorado por el público en general.

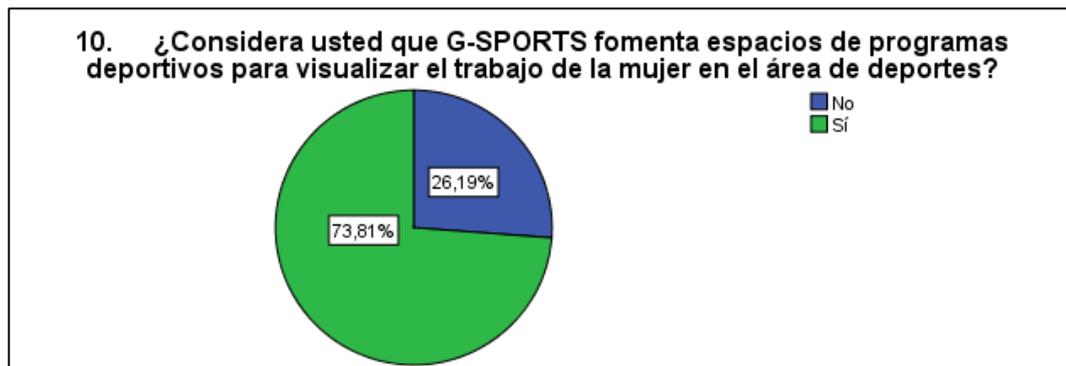
10. ¿Considera usted que G-SPORTS fomenta espacios de programas deportivos para visualizar el trabajo de la mujer en el área de deportes?

Tabla 13. Pregunta 8

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	22	26,19%
Si	62	73,81%
Total	84	100%

Fuente. Elaboración propia

Gráfico 12. Pregunta 8



Fuente: Datos extraídos del Software SPSS

Análisis e interpretación

Respecto a la encuesta aplicada se identifica que el 73,81% mencionan que G-SPORTS si permite identificar el trabajo de la mujer en el periodismo digital mientras que el 26,19% indican su no.

Por esto, es necesario que en todos los medios digitales aumente la presencia de mujeres al comunicar noticias deportivas con el objetivo de visualizar la preparación profesional y su desenvolvimiento en el ámbito deportivo.

Entrevista Director G- Sport

La entrevista se realizó de manera presencial al representante del medio digital G-Sport. A continuación, se presenta los resultados de la entrevista

Objetivo: Indagar cual es el rol de la mujer en el periodismo deportivo

Para: Paúl López

Cargo: Director de G-Sport

1. ¿Cuál es el papel de la mujer en el periodismo deportivo en la actualidad?

No lo categorizo como el papel de la mujer o el hombre. Tiene mucho que ver con la lucha y la reivindicación que las mujeres han venido trabajando, lo cual ha sido complicado. Históricamente el deporte fue una actividad para hombres y el periodismo deportivo se fue acercando hacia esa tendencia; la mujer entonces viene a romper ese esquema y tratar de incursionar en la sociedad con el periodismo deportivo. El rol de la mujer en el periodismo deportivo es el mismo rol que tiene la sociedad en la comunicación, educar, informar, acompañar, generar opinión pública, generar criterios periodísticos de las situaciones o eventos.

2. ¿En los últimos 30 años, como ha cambiado el papel que se le da a la mujer en el periodismo deportivo?

Cierta parte y en algunos medios se ha constituido el ingreso de la mujer en el rol periodístico deportivo. Sin embargo, no se deja por completo esa secuela de que la mujer es la imagen sensual que está en pantalla. En los últimos años se ha capacitado mucho la mujer, ha realizado un trabajo muy fuerte, preparándose académicamente, luchando en los medios laborales, pero sigue existiendo esa tendencia de sexualizar a la mujer.

3. ¿En la actualidad las mujeres tienen el mismo rol o importancia que los hombres en el ámbito del periodismo deportivo?

Si, por supuesto. Se ha venido dando un empoderamiento femenino, lucha y trabajo constante. Se ha ido cambiando y evolucionando. Las mujeres tienen la

misma importancia que los hombres, van a la par, incluso muchas veces tienen más capacidad conceptual y criterios que los hombres.

4. ¿Cuáles han sido las dificultades que se ha presentado en la mujer al ejercer en el periodismo deportivo?

El machismo centrado que está impregnado en la sociedad. Depende mucho del medio en el periodismo deportivo, porque sucede que a veces se le relega a la mujer y otras que se la exhibe como imagen.

5. ¿Cuáles han sido los cambios más notorios de la mujer en el periodismo deportivo?

Existen mujeres de la talla de Martha Córdova Avilés, una mujer de investigación, una mujer polifuncional a nivel de conceptos periodísticos deportivos. También hay mujeres que se han enfocado a nivel táctico y técnico en el fútbol y hay mujeres que se han especializado en el relato. Otro cambio notorio es que las mujeres son autodidactas, más allá de la academia.

6. ¿La mujer realiza funciones periodísticas por su capacidad o solo por mejorar la imagen de programas deportivos?

Depende mucho de la imagen, pero no es posible dar un concepto general. Se ha abusado mucho de la estética. Hay que tener un equilibrio entre la imagen y las capacidades para realizar un buen trabajo.

7. ¿Las mujeres periodistas sienten un trato diferente de la audiencia comparado con los hombres periodistas?

Se siente que si existe este trato diferenciado porque aún no se han roto los esquemas que históricamente se relegaba a las mujeres. Existe una lucha constante.

8. ¿Cuál es la disciplina deportiva de la mujer en los medios de comunicación?

La mujer es más paciente, más armónica, susceptible, es más jovial, amigable, versátil. La mujer busca tener respuestas aun cuando se le cierran las puertas al momento de tener una noticia.

9. ¿Qué percepción identifica en la audiencia cuando comenta una mujer sobre contenidos deportivos?

A veces se siente rechazo en cierta parte de la población, principalmente en el relato. También hay gente que lo encuentra agradable.

10. ¿Dentro de G-SPORTS existe equidad de género y oportunidad de crecer profesionalmente sea hombre o mujer dentro del periodismo deportivo?

Si porque no se ha priorizado el género sobre la capacidad, actitud, disciplina, respeto, valores y constancia.

Análisis descriptivo y crítico de la entrevista a Paúl López - Director de G-Sport

Paúl López es el profesional a cargo del medio digital G-Spot, se desempeña actualmente como Director. En la entrevista realiza énfasis en que el rol de la mujer hoy por hoy es la misma que la del hombre, la lucha que se ha venido dando por la igualdad de género está presente en el periodismo deportivo.

El rol que desempeña la mujer es la de comunicación, educar, informar, acompañar, generar opinión pública, generar criterios periodísticos de las situaciones o eventos. A pesar de que en G-Sport existe el respeto por el género femenino y se da el mismo trato que al masculino, el Director acota que aún existen medios que visualizan a la mujer en el ámbito del deporte como una figura más llamativa, que genere rating. Este tema, sin duda hay que seguirlo trabajando, pues, el machismo sigue impregnado en la sociedad.

Se destaca personas como Martha Córdova Avilés una mujer de un perfil muy alto en lo que tiene que ver en el deporte. Así como ella, las mujeres se siguen superando día a día. La mujer muestra su capacidad y poco a poco se da la posibilidad de acompañar al hombre en transmisiones deportivas en vivo, siendo comentaristas, y esto ya ha sido aceptado por la sociedad.

Las mujeres se han ido preparando, al igual que el hombre, es así que, hoy en día realizan entrevistas, son reportera de camerino, dan estadísticas y hacen la voz comercial deportivos. Así mismo, una mujer que se sigue preparando puede llegar a tener el mando de la programación deportiva, un lugar que muchas veces es visto solo para los hombres, es decir tener la función del Director, del que relata o de la persona que comenta.

Estos cambios en los estereotipos, puede llegar a ser un beneficio para los propietarios de una radio y cambia la forma de ver de la sociedad, ya que, llegaría una nueva era de la radio para forjar más recursos económicos.

CAPITULO V. PROPUESTA

Espacio de programa deportivo para visualizar el trabajo de la mujer en el área competitivo.

Introducción

La creación de un espacio deportivo para visualizar el trabajo de la mujer en el área deportiva ayudará a mejorar y ganar experiencia al expresar y difundir información mediante el canal de comunicación. Ya que, el rol de la mujer debe ser reconocida por sus labores realizadas.

Nombre del programa deportivo: Voz de la mujer

Tipo de programa: Deportivo

Tipo de género: Periodístico

Tiempo de duración: 30 minutos

Lugar: G-Sport

Horario y frecuencia de transmisión: lunes, miércoles, viernes de 13h00 a 13h30.

Segmentos del programa Voz de la mujer

- Segmento de información
- Segmento de entrevista
- Segmento de análisis

Características principales del programa Voz de la mujer

El programa Voz de la mujer va dirigido a todos los usuarios de las redes sociales que siguen a la fan page de G-Sport y su página web. La frecuencia del programa es de 3 veces a la semana, es decir, lunes, miércoles y viernes, donde se presentarán cada día un segmento diferente, siendo estos el segmento de información, segmento de entrevista y segmento de análisis, respectivamente, cada uno con una duración de 30 minutos. Estos segmentos se transmitirán por las páginas de G-Sport y el estilo de locución que será la locución conversacional, la cual tiene como objetivo transmitir un mensaje fidedigno. Se debe evitar la

exagerada utilización de énfasis en las palabras, como generalmente se hace con diferentes tipos de locución comercial.

En este espacio de programa deportivo enfocado en la mujer, puede intervenir personal femenino que labora en la institución G-Sport y también es necesario generar espacios con la academia para realizar vinculación con la sociedad o prácticas pre-profesionales, de esta manera, las estudiantes de la carrera de Comunicación pueden empezar a desenvolverse en el ámbito deportivo y profesional.

Cada segmento de programación está compuesto por los siguientes apartados:

1. Introducción– 120 s
2. Presentadora – 120 s
3. Visillo –15 s
4. Segmento – 25 min
5. Despedida – 45 s

Temas correspondientes a cada segmento – Programación

Segmento 1: Información

Día y hora: lunes – 13h00 a 13h30

Introducción

Se inicia mencionando la reseña del programa y se explicará en manera breve la forma como será en general el segmento. Se describe las metas que se plantea conseguir con el programa, es decir, la visualización de la mujer en espacios de programas deportivos.

Presentadora

La persona se presenta a la comunidad, indicando su nombre, edad, su expectativa en relación al programa que está por realizarse. Indica que este programa es de información y se comentará de las últimas noticias que presenta el mundial del fútbol, lo cual es una noticia actual.

Visillo

Se presenta un corto metraje de las mejores jugadas de los equipos que han clasificado al mundial de futbol, junto con una música amena.

Segmento

- La presentadora comienza a dar información de cómo ha sido los momentos de clasificación en cada una de las fases del mundial de futbol.
- Si existe comentarios en las redes sociales mediante la transmisión, es necesario responder. Interacción con el usuario.
- Comenta como han quedado las posiciones.

Despedida

La presentadora hace una refección del tema tratado y se despide.

Segmento 2: Entrevista

Día y hora: miércoles – 13h00 a 13h30

Introducción

Se menciona el anterior segmento desarrollado y se inicia indicando que este segmento corresponde a entrevista. Se describe las metas a alcanzar en este segmento.

Presentadora

La persona se presenta a la persona a quien se va a entrevistar a la comunidad de usuarios, preguntándole su nombre, institución a donde pertenece, ocupación y cuál es la expectativa en relación al programa a desarrollarse. De igual manera, se presenta la mujer que va a dar inicio al programa.

Visillo

Se presenta un corto metraje de diferentes entrevistas de mujeres en el ámbito deportivo, junto con una música amena.

Segmento

- La presentadora inicia con la entrevista en el ámbito de los avances del fútbol nacional ecuatoriano en las últimas décadas.
- Se realiza interacción con los usuarios en caso de que lo amerite.
- La presentadora realiza preguntas al entrevistado sobre sus expectativas del próximo campeonato de ascenso del fútbol nacional ecuatoriano.

Despedida

La presentadora hace una refección del tema tratado y se despide.

Segmento 3: Análisis

Día y hora: viernes – 13h00 a 13h30

Introducción

Se menciona el anterior segmento desarrollado y se inicia indicando que este segmento corresponde al análisis. Se describe las metas a alcanzar en este segmento.

Presentadora

La persona dará un análisis de los partidos de fútbol nacional dados en la semana, su tabla de puntuación, cuál es el líder de la serie A.

Además, se presentará un breve resumen de los equipos de fútbol internacional de las diferentes ligas; sus mejores goles, jugadas, entre otros.

Visillo

Se presenta un breve corto metraje acerca del mundial, equipos semifinalistas, finalistas, su paso al mundial.

Segmento

- La presentadora inicia con información acerca del fútbol nacional.
- Posterior presenta lo mejor en fútbol internacional.
- Culmina con información acerca del mundial; de inicio a fin ya que, están en etapas finales.

Despedida

La presentadora hace una refección del tema tratado y se despide.

CONCLUSIONES

- Se analizó el aporte de la mujer en los estereotipos del periodismo deportivo, identificando que, a pesar, del auge de movimientos y marchas de apoyo suscitados en los últimos años por la igualdad de género en los medios de comunicación aún existen varias periodistas que han sufrido de menosprecio por el hecho de ser mujeres y querer incursionar en el mundo de los deportes. Es por ello, que, a las periodistas deportivas en algunos medios de comunicación aún se la sigue viendo solamente como imagen.
- Se ha determinado la escasa participación de la mujer en medios de programas deportivo digital, mencionando que con el pasar de los años, se ha tratado de mantener la igualdad de género, ya que, la incursión de la mujer en el periodismo deportivo ha sido difícil, pero no imposible ya que, hay profesionales de grandes tallas. En G-Sport se mantiene el respeto, la igualdad de género y se valora la capacidad tanto de hombres como mujeres.
- Dentro del medio de comunicación G-Sport se ha propuesto espacios deportivos como reportajes, entrevistas, voz comercial, relatos de estadísticas por lo que, al continuar con su preparación continua pueden llegar a tener el mando de la programación deportiva.

RECOMENDACIONES

- Es necesario que en el ámbito del periodismo deportivo se fomente la igualdad de género ya que varias féminas son vistas sólo por su apariencia física y no el aporte en el mundo de los deportes, con esto se reducirá el machismo, menosprecio por el hecho de incursionar en el periodismo.
- Los medios digitales y demás instituciones que se rigen al deporte deben seguir dando la apertura para el trabajo femenino. La auto preparación es fundamental para que la mujer siga escalando en su carrera profesional.
- Es importante la preparación continua de la mujer en el ámbito deportivo con el fin de valorar su trabajo y capacidad para realizar las actividades periodísticas en un lugar que muchas veces es visto solo para los hombres.

BIBLIOGRAFÍA

- Alzate, F., & Castañeda, J. (2020). Mediación pedagógica: Clave de una educación humanizante y transformadora. Una mirada desde la estética y la comunicación. *Revista Electrónica Educare*, 24(1), 411–424. <https://www.redalyc.org/journal/1941/194162217021/html/>
- Constitución de la República del Ecuador, Pub. L. No. Registro Oficial 449 de 20-oct.2008. Última modificación: 25-ene.2021 (2008).
- Ley Orgánica de Comunicación, Pub. L. No. Registro Oficial Suplemento 22 de 25-jun.2013. Última modificación: 20-feb.2019 (2013).
- Chávez, F. (2019). *Rol de la mujer en el periodismo deportivo en canales de señal abierta en lima, 2019*.
- EAE Business School. (2020). *¿Qué hace un periodista deportivo? Todas las funciones de la profesión de moda*. EAE Business School. <https://www.eae.es/actualidad/noticias/que-hace-un-periodista-deportivo-todas-las-funciones-de-la-profesion-de-moda>
- ESNECA Business School. (2021). *Periodismo de deportes: géneros, medios y nuevos formatos*. ESNECA Business School. <https://www.esneca.com/blog/periodismo-deportivo-novedades/>
- Estupiñan, J., & Arteaga, A. (2019). *“Estudio comunicacional del rol de la mujer en el periodismo deportivo en radio Diblu y Caravana y el impacto social que genera en los estudiantes del 8vo semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, 2019*. Universidad de Guayaquil.
- Fumero, S. (2016). *Periodismo deportivo. El papel secundario de la mujer periodista* [Tesis de pregrado, Universidad de la Laguna]. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/3578/%C2%BFPERIODISMO+DEPORTIVO.+EL+PAPEL+SECUNDARIO+DE+LA+MUJER+PERIODISTA%C2%BF.pdf?sequence=1>

- Hernández, V. (2018). *Los efectos de los medios de comunicación de masas*.
<https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1759/1662>
- Herrera, J. (2020). *La inclusión y el rol que cumple la mujer en el periodismo deportivo en los medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Loja, año 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Loja].
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/23200/1/TESIS%20-%20JHULY%20HERRERA%20-%20Comunicaci%3%b3n%20Social.pdf>
- Imbaquingo, J. (2017). *La ritualidad en la recepción de productos de investigación periodística online en Ecuador: el caso del portal PlanV.com.ec entre enero y abril de 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Andina Simón Bolívar].
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5886/1/T2462-MC-Imbaquingo-La%20ritualidad.pdf>
- Ontaneda, S. (2020). La mujer como periodista especializada en deporte. Caso provincia de Loja, Ecuador. *Question*, 2(66), 1–23.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24215/16696581e508>
- Convención Contra todas las Formas de Discriminación hacia las Mujeres, (1979).
- Piedra, A. (2021). *Incursión de la mujer en el periodismo deportivo en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo].
https://issuu.com/pucesd/docs/piedra_chango_alison_brillette
- Prieto, J. (2017). *El rol femenino en el periodismo deportivo colombiano*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Rojas, A. (2020). *Historia del periodismo: Desde sus inicios hasta llegar al mundo digital*. Free Content. <https://www.ipp.edu.pe/blog/historia-del-periodismo/>
- Rubio, K. (2018). *Rol de la mujer y su perfil en el periodismo deportivo de los medios más representativos de Machala* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Machala].

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13014/1/ECUACS-2018-COS-DE00019.pdf>

Silva, K. (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]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28871/1/FJCS-CS-540.pdf>

Solmirano, L., & Winocur, M. (2021). *Perspectiva de género en el periodismo deportivo*. <https://lac.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Americas/Documentos/Publicaciones/2021/07/GUIA%20UVLO%20periodismo%20deportivo%20final%20WEB.pdf>

Terán, O., & Aguilar, J. (2018). MODELO DEL PROCESO DE INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA OPINIÓN PÚBLICA. *Educere*, 22(71), 179–191. <https://www.redalyc.org/journal/356/35656002014/html/>

Torres, M., & Ichoa, R. (2021). Inserción de la mujer en el periodismo deportivo ecuatoriano. *Revista Killkana Sociales*, 5(2), 17–28. <https://doi.org/10.26871/killcanasalud.v5i2.868>

Torres, M., & Ochoa, R. (2021). Inserción de la mujer en el periodismo deportivo ecuatoriano. *Revista Killkana Sociales.*, 5(2), 17–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.26871/killcanasalud.v5i2.868>

ANEXOS

- Cronograma

N.		Meses/Año																							
Actividades	Julio 2022	Agosto 2022	Septiembre 2022	Octubre 2022	Noviembre 2022	Diciembre 2022	Enero 2022																		
1	Inscripción en la Unidad de Titulación																								
2	Presentación del anteproyecto																								
3	Revisión del anteproyecto																								
4	Corrección del tema																								
5	Aprobación del tema																								
6	Recolección de información																								
7	Desarrollo del proyecto de investigación																								

- **Presupuesto**

EQUIPOS TECNOLÓGICOS	UNIDAD	VALOR
Computadora	1	\$600
Cámara	1	\$800
Celular	1	\$250
Agenda	1	\$5.00
TOTAL		\$1.655

SERVICIOS BASICOS	Valor	Mes	Total
Luz	\$8.50	7	\$59.50
Internet	\$19.50	7	\$136.50
Agua	\$5.50	7	\$38.50
Total			\$234.50

MATERIALES DE OFICINA	VALOR	UNIDAD	Total
Hojas de Papel Bond RESMA	\$5.00	2	\$10.00
Calculadora Científica	\$25,00	1	\$25,00
Esferos	\$0,50	5	\$.2.50
Total			\$37.50

- Instrumentos de recopilación de datos

Encuesta

Guion de Encuesta

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

Encuesta

Objetivo: Indagar cual es el rol de la mujer en el periodismo deportivo

Marque con una X la respuesta correcta

Características sociodemográficas

Edad:

Entre 18 a 25 años		Entre 26 a 35 años		Entre 36 y 50 años		Más de 51 años	
-----------------------	--	-----------------------	--	-----------------------	--	-------------------	--

Sexo:

Femenino		Masculino		Otro	
----------	--	-----------	--	------	--

1. **¿Cuál es su percepción de la presencia de la mujer en medios digitales?**
Buena ____ Mala ____ En progreso ____
2. **¿Considera que las mujeres poseen las mismas cualidades y capacidades que los hombres para hablar sobre temas deportivos?**
SI ____ NO ____
3. **¿Cree usted que existe cosificación de la mujer en el periodismo deportivo?**
SI ____ NO ____
4. **¿Cree usted que ha avanzado el rol de la mujer en el periodismo deportivo?**
SI ____ NO ____
5. **¿Cree usted que es necesario completar el contenido deportivo con voces femeninas?**
SI ____ NO ____

6. ¿Cree usted que el futbol femenino ha ayudado a una mayor participación de la mujer en el periodismo deportivo?

SI ____ NO ____

7. ¿Por qué cree usted que hay poco protagonismo de la mujer en el periodismo deportivo?

Falta de preparación profesional ____

Estereotipo de género marcado ____

Limitado número de profesionales femeninas en ese ámbito ____

8. ¿Cree usted que la contratación de mujeres en el periodismo deportivo es para la atención de la audiencia por su aspecto físico?

SI ____ NO ____

9. ¿Cree usted que el trabajo realizado por periodistas deportivos femeninas es igualmente valorado por el público en general?

SI ____ NO ____

10. ¿Considera usted que es importante plantear espacios de programas deportivos para visualizar el trabajo de la mujer en el área de deportes?

SI ____ NO ____

Entrevista

Entrevista a Director de G-Sport



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR



Entrevista

Objetivo: Indagar cual es el rol de la mujer en el periodismo deportivo

Para: Paúl López

Cargo: Director de G-Sport

Instrucciones: Responda con total veracidad cada preguntada planteada.

1. ¿Cuál es el papel de la mujer en el periodismo deportivo en la actualidad?
2. ¿En los últimos 30 años, como ha cambiado el papel que se le da a la mujer en el periodismo deportivo?
3. ¿En la actualidad las mujeres tienen el mismo rol o importancia que los hombres en el ámbito del periodismo deportivo?
4. ¿Cuáles han sido las dificultades que se ha presentado en la mujer al ejercer en el periodismo deportivo?
5. ¿Cuáles han sido los cambios más notorios de la mujer en el periodismo deportivo?
6. ¿La mujer realiza funciones periodísticas por su capacidad o solo por mejorar la imagen de programas deportivos?
7. ¿Las mujeres periodistas sienten un trato diferente de la audiencia comparado con los hombres periodistas?
8. ¿Cuál es la disciplina deportiva de la mujer en los medios de comunicación?
9. ¿Qué percepción identifica en la audiencia cuando comenta una mujer sobre contenidos deportivos?
10. ¿Dentro de G-SPORTS existe equidad de género y oportunidad de crecer profesionalmente sea hombre o mujer dentro del periodismo deportivo?

- Otros

Revisión del proyecto de investigación con el Mgs. Kléber Romero



Revisión del Capítulo II y III del trabajo de integración curricular con el Mgs. Renato Cabezas



Revisión de la tesis final por parte del par académico Mgs. Sandra Paredes presencialmente en la universidad



CERTIFICADO URKUND

The screenshot displays the URKUND interface. On the left, document metadata is shown: 'Documento: tesis final Fabian 2011.docx (015981131)', 'Presentado: 2012-12-15 15:39 (-05:00)', 'Presentado por: jpejico@unl.edu.ec', 'Recibido: rromero.unl@analisis.arkund.com', and 'Mensaje: Mostrar el mensaje completo'. A note indicates '4% de estas 24 páginas, se componen de texto presente en 12 fuentes'. On the right, a 'Lista de fuentes' table lists sources with checkboxes and icons. The table includes entries for 'https://dissocibem.com/2020/07/26/tesis-de-la-mujer-en-el-periodo-deportivo-digital-en-quito-kyomysa/', 'Universidad Laica Vicente Rocaforte de Guayaquil / D44095960', 'UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR / D144566470', 'UNIVERSIDAD ESTATAL PENINGULA DE SANTA ELENA / D142252709', 'UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / D142466552', 'UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHUAYO / D55148229', and 'UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL / D54857529'. Below the table, a preview of the document content is visible, including the title 'EL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO, DEL MEDIO DIGITAL G-SPORTS UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO, ENERO - JUNIO 2022', author 'AUTORES: Pico Sánchez Jefferson Fabián', director 'DIRECTOR: PAB ACADEMICO', and a signature of 'Lic. PABLO RICARDO ROMERO'.

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Guaranda, 15 de diciembre 2002

CERTIFICADO ANTIPLAGIO