

# Estereotipos sobre la mujer dentro de los programas deportivos televisivos de Guayaquil

Alejandra Hernández, MSC. Tonny Montoya  
Universidad Politécnica Salesiana  
Campus Centenario Robles 107 y Chambers  
Guayaquil - Ecuador  
ahernandezle@est.ups.edu.ec, tmontoya@ups.edu.ec

## Resumen

*Lo que hasta hace unas décadas parecía increíble en la ciudad de Guayaquil y el mundo: ver mujeres presentar noticias deportivas en la televisión, hoy se ha vuelto cada vez más frecuente. La creciente incursión en medios radiales, escritos y televisivos, despierta interés por conocer qué las motivó a trabajar en esta especialidad tradicionalmente desempeñada por hombres. Sin embargo, se han generado supuestos estereotipos y comentarios desfavorables hacia ellas tanto del público masculino y del mismo femenino.*

*Por tal motivo, la presente investigación cuestiona si las mujeres poseen las aptitudes necesarias para esta profesión, pues al ejercer su labor son vistas en primera instancia solo como el "rostro bonito del programa". Las experiencias y opiniones de presentadoras y periodistas del medio deportivo local, así como el criterio que un grupo de estudiantes de la especialidad tiene sobre esta temática, comprobarán con este artículo si realmente existen estereotipos o patrones sexistas que dificulten la labor de las féminas en esta área.*

## Abstract

*What until a few decades ago seemed to be incredible in the city of Guayaquil and the world: seeing women presenting sports news on television today has become increasingly frequently. The growing incursion in radio, print and television, media arouses interest in knowing what motivated you to work in this specialty traditionally held by men. However, stereotypes and assumptions have generated negative comments toward them public both male and female same. Therefore, this research questions whether women have the necessary skills for this profession, because to carry out their work are seen in the first instance only as the "pretty face of the program". The experiences and opinions of presenters and journalists of local sports media as well as the criteria that a group of students of the specialty has on this subject, checked with this article if there really stereotypes or sexist patterns that hinder the work of the ladies in this area.*

**Palabras claves:** Mujer, periodismo deportivo, imagen, estereotipos, género, televisión.

**Key words:** Woman, sports journalism, image, stereotypes, genre, television.

## INTRODUCCIÓN

Los inicios del deporte competitivo de alto nivel se remontan a la antigua Grecia. Los pobladores e integrantes de este territorio concebían a las actividades físicas como parte fundamental de sus vidas, por lo cual se estableció una cultura de ejercicio, es así como el deporte toma una relevancia indiscutible en la cotidianidad del ser humano.

A través del tiempo la idealización del deporte tomó mayor forma según la época y el desarrollo de cada civilización. El establecimiento de los Juegos Olímpicos, apoyados en la influencia de la antigua Grecia, sirvió para la popularización y masificación del deporte a nivel mundial hasta la actualidad en que varias disciplinas son practicadas por la población. Según la Real Academia Española (2015), el concepto de deporte se resume como un esfuerzo de índole físico regido a entrenamientos, que incluye la adaptación a normas para ejercer algún tipo de competencia o participación correspondiente a actividades afines.

Por otro lado, la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) señala que tanto el deporte como la educación física brindan las bases necesarias para el desarrollo y bienestar de niños y jóvenes en la sociedad.

Sin embargo, el deporte es también visto como una gran posibilidad de enriquecimiento económico para grandes corporaciones. El marketing, la publicidad y todos los apartados correspondientes a la promoción de las disciplinas más populares, generan ganancias exuberantes para las marcas auspiciantes y sus representantes; esto incentiva a que la sociedad aficionada al deporte consuma los productos y servicios vinculados a este.

El diario colombiano Portafolio (2015) publicó un estudio realizado por el portal Plunkett Research<sup>1</sup> indicando que el valor arrojado por la industria del deporte mundial en el 2014 fue de 1,5 billones de dólares. Solo 10 de los deportistas mejores pagados del planeta sumaron cifras mayores a 600 millones de dólares. A esto se sumarían las ganancias que dejan patrocinadores como Coca-Cola, Fly Emirates, Vodafone, BBVA, por citar algunas de las empresas multimillonarias o las grandes cadenas internacionales como ESPN, Direct Tv o Fox Sports, que

---

<sup>1</sup> Plunkett Research es un portal web conocido por realizar estudios de mercado, estadísticas, y demás servicios para medios de comunicación y empresas privadas.

transmiten eventos deportivos, demostrando que la administración deportiva en todo el mundo implica un negocio rentable a gran escala moviendo así billones de dólares cada año.

Luhman (2007), mencionó que los medios de comunicación han sido desde siempre el vínculo de las sociedades para estar informadas y entretenidas de todo aquello que ocurre a su alrededor. Son un sistema de interrelaciones que comparten y se reproducen de manera autorreferencial. La colectividad sostiene un sin número de miembros que día a día van transformando y transformándose por los acontecimientos de contexto. Son los mismos comunicadores sociales, periodistas, hombres y mujeres, los responsables de dar a conocer todo tipo de noticia.

No obstante, la diferencia de género entre hombre y mujer ha sido marcada fuertemente en el transcurso de los años debido a las contradicciones de la vida social, económica y política. En Ecuador, previo a la presidencia de Vicente Rocafuerte<sup>2</sup>, la mujer ni siquiera podía estudiar. Sin embargo, Verdezoto (2014) afirma que en el año 1928 el país se encontraba bajo un control liberal cuando la Constitución de ese período reconoció el derecho de la mujer al voto, gracias al reclamo de Matilde Hidalgo de Prócel, la primera médico del país, logrando una mayor participación ciudadana para el conglomerado femenino. Posteriormente, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en su Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, señala dentro del artículo 2 que: “Toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición”.

Antes de tal declaración, la mujer tampoco podía desempeñar un rol específico en la sociedad, pues existía una idiosincrasia marcada; el hombre se dedicaba al trabajo fuera de su hogar mientras la mujer se quedaba en casa al cuidado y crianza de los hijos. Esta forma de vida estuvo presente por generaciones, pero transitoriamente, la mujer ecuatoriana demostró tener un rol activo en la sociedad al igual que el hombre.

Según datos presentados por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de Educación Superior (CEAACES) en el 2013, se indicó que las mujeres representan el 56% de la población estudiantil en 9 universidades del país. Por otro lado, en el año 2015, el

---

<sup>2</sup> Vicente Rocafuerte Bejarano fue el segundo presidente de la República del Ecuador (1835-1839)

Registro Público de Medios del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), señaló que son 17 mil trabajadores en medios de comunicación, de los cuales solo el 36% son mujeres. Es decir, pese a que las mujeres son quienes estudian más esta especialidad, su presencia en el campo laboral es menor a la de los hombres.

Pese a esta realidad, los registros históricos señalan que algunas mujeres lograron marcar hitos durante el progreso de la humanidad y de sí misma como ejemplo de superación. En el ámbito científico (Marie Curie, descubrió el Uranio), en la aviación, (Amelia Hearheat, la primera mujer en volar sobre el Océano Atlántico), en el cine (Katty McDaniel, la primera mujer afroamericana en ganar un premio Óscar), en la política (Shirley Chisolm, la primera mujer de color elegida al Congreso de Estados Unidos), entre otras.

La lucha sobre una equidad de identidades ha sido el despertar de diversos acontecimientos mundiales (mencionados anteriormente) afirmando un desarrollo identificativo hacia las mujeres en la sociedad. Los logros de estas y otras féminas resultaron ser el pie de arranque al demostrar las grandes aptitudes que poseen para aportar a la colectividad. La llamada equidad de género surge entonces como una forma de ser igualitario en cuanto a los derechos de hombres y mujeres. Reconocer que no por ser mujer se vea desconcertante o extraño que hable o haga algún deporte considerado sólo para hombres.

La ONU MUJERES (2014), entidad encargada del cuidado y respaldo de los derechos del conglomerado femenino a nivel mundial, en su artículo por el Día Internacional de la Mujer publicó: “Las sociedades sólo pueden considerarse desarrolladas cuando todos sus habitantes comparten igualdad de condiciones. El empoderamiento de las mujeres y las niñas y el apoyo a su plena participación pueden resolver los retos más importantes del siglo XXI”.

Sin embargo, según el medio escrito El Diario (2015), la UNESCO evidencia una posible desigualdad de género en América Latina, pues considera que se mantiene estereotipada a la mujer en medios de comunicación. Partiendo de tal enunciado se cuestionará la siguiente pregunta de investigación: ¿Existen estereotipos sobre la mujer dentro de programas deportivos televisivos en la ciudad de Guayaquil?

Con respecto a este tema, Butler (2004), una reconocida filósofa postmodernista, señala que el feminismo se ocupa de una transformación social. Se refiere a la justicia necesaria para ofrecer el acceso y el control de recursos a las mujeres ya sea en un mismo gobierno, en las instituciones educativas y la sociedad en conjunto. La equidad de género es el respeto de los derechos como seres humanos y la tolerancia de las propias diferencias como mujeres y hombres que representan la igualdad de oportunidades en todos los sectores importantes y en cualquier ámbito, sea este social, cultural o político.

La mujer ahora se hace valer en su hogar, con sus capacidades y conocimientos, su voto, su voz. En el terreno económico es también de vital importancia lograr la equidad de género, ya que esta era apartada de sus derechos sea en cualquier campo.

Durante siglos, en las primeras civilizaciones de todo el mundo y la mayoría de las culturas, las féminas eran sometidas al llamado patriarcado, práctica donde el hombre ejercía mayor poderío. Según Moreno (2010), investigador sobre la temática deportiva, en ocasiones las mujeres eran impedidas de sus derechos, debido a las leyes antiguas y el establecimiento de ideologías o por la región donde habitaban, esto provocaba el esparcimiento del patriarcado en todo el mundo, limitando el acceso a la mujer en distintas áreas, tales como el periodismo deportivo.

Un selecto grupo de mujeres del medio deportivo nacional e internacional afirma que sí existen prejuicios hacia ellas dentro de los medios de comunicación. La periodista mexicana Beatriz Pereyra (2012) considera que las comunicadoras afianzadas en el área deportiva tienen mayor cantidad de retos y obstáculos que superar a diferencia de los colegas masculinos, en este ámbito, la autora destaca la preparación que deberían tener aquellas periodistas que deseen incursionar a este oficio, pues los medios de comunicación son espacios de constante actualización, de conocimientos teóricos y prácticos.

Bajo este mismo planteamiento, Gabriela Pazmiño Yépez (2015), representadora deportiva ecuatoriana, aduce que las comunicadoras no deben sentirse obstaculizadas por la presión de los estereotipos existentes, pues eso es una motivación hacia las periodistas deportivas para ejecutar mejores destrezas. Pazmiño Yépez considera también que uno de los estereotipos hacia las mujeres más conocidos es que ingresan a medios televisivos generalmente por su apariencia física (alta, voluptuosa, aspecto agradable) y no sirven de nada sus años de preparación, sobre

todo en el ámbito deportivo. Por eso, muchas de ellas no ven la estabilidad laboral necesaria que podrían encontrar quizás en un programa de otro estilo, ya sea de gastronomía, variedades, farándula, entre otros.

Sobre este estudio, existen diversos autores referentes al mundo periodístico deportivo o la mujer en medios de comunicación, entre los cuales se mencionan a Luhman (2007), López, (2011), Masterman (2010), Moreno (2010), Dobkin & Pace (2007), Pavón (2014), Espinoza (2012), Marrero (2011). Sin embargo, muy pocos o casi nadie centra una coyuntura del periodismo deportivo y el rol de la mujer en este, por lo cual es necesario una investigación vinculada a los procesos de inclusión de la mujer en la televisión deportiva nacional, específicamente en ciudad de Guayaquil.

En la actualidad los medios de comunicación ecuatorianos cuentan con una mayor participación de la mujer en sus espacios deportivos; dentro de esta temática una de las interrogantes que surge como planteamiento de la presente investigación está relacionada con el hallar las razones por las cuales el periodismo practicado por mujeres en el área del deporte está marcado por estereotipos que obstaculizan la labor de las féminas, así como también averiguar si existe la adecuada preparación y profesionalización dentro de estos espacios.

La integración de la mujer en el periodismo deportivo y todo lo que engloba a su vinculación o exclusión también forma parte del eje investigativo del presente artículo académico, pues se pretende comprender de qué forma influye la profesión en la sociedad, tal cual el deporte lo hace en los aficionados a manera de entretenimiento; es decir, se desea hallar concretamente el cruce entre la integración femenina y el posible aporte de este conglomerado al deporte como profesión. El periodismo deportivo informa a las personas diversos acontecimientos de estas actividades y las mujeres en esta área, al igual que los hombres, son quienes difundirían toda clase de información.

Por tal motivo, el artículo a desarrollarse es una propuesta exploratoria tras ser un tema novedoso y carecer de estudios previos. De igual forma, se trabajará con ambas metodologías de investigación (cuantitativa y cualitativa), debido a la ejecución de estudios estadísticos y entrevistas de profundidad a mujeres inmersas en medios deportivos televisivos de la ciudad guayaquileña para conocer ¿cómo ha sido la experiencia de ellas?, ¿cuál ha sido la diferencia de

los últimos? y ¿qué nos espera a futuro? La novedad del estudio a presentar radica en que por primera vez una estudiante de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana con Sede Guayaquil, propondrá un análisis sobre los posibles estereotipos hacia la mujer en programas deportivos de televisión como trabajo final de titulación.

## **METODOLOGÍA**

La incursión de la mujer ecuatoriana al periodismo comienza a finales del siglo XIX. Según Guerra (1990), fue Zoila Ugarte de Landívar<sup>3</sup> la primera periodista del país, cuando en 1895 escribía bajo el seudónimo de ‘Zarelia’ y presentaba sus primeras crónicas al semanario ‘El tesoro del hogar’, fundado por Lastenia Larriva de Llona, esposa del conocido poeta y filósofo guayaquileño Numa Pompilio Llona.

Es así como la mujer fue incluyéndose en los medios de comunicación. Ugarte, por ejemplo, fundó la primera revista feminista llamada “La Mujer”. Posteriormente se especializó en la profesión pese a las dificultades que en ese entonces vivía por el hecho de ser mujer. Luego aparecerían las escritoras, de igual forma las locutoras en la radio, hasta llegar a la televisión. Dentro de este tema, Moreno (2010), argumenta que el surgimiento de la televisión ecuatoriana se da gracias a vínculos entre establecimientos culturales y empresariales, además indica que: “En 1960 la televisión llega a Guayaquil tras convenio con la Casa de la Cultura, es así que Canal 4, Hoy Red Tele Sistema (RTS), obtiene el permiso de operar. Así es como nace la televisión en el Ecuador” (p. 28).

Las mujeres ya formaban parte de este proceso también al ocupar puestos en diversas ramas del periodismo como lo social, económico, cultural, político entre otros. Varios años después la mujer empezaría a trabajar en el campo deportivo, sobre todo en radio y prensa escrita. Finalmente llegó al medio más comercial: la televisión. Las transmisiones de fútbol<sup>4</sup> eran vistas por millones de espectadores en todo el país.

---

<sup>3</sup> Zoila Ugarte de Landívar (1864-1969), nació en la parroquia El Guabo, ubicada en las cercanías de Machala, provincia de El Oro.

<sup>4</sup> Ecuador es considerado como un país ‘futbolizado’, por ende se da prioridad a este deporte.

Tras no haber una recopilación exacta de las primeras apariciones de la mujer ecuatoriana en un programa deportivo de televisión, León (2016) señala que la periodista María Soledad Reyes, desde el año 1994 comenzó su labor en la especialidad siendo una de las precursoras en el ámbito deportivo y en ocasiones considerada un referente para las generaciones posteriores.

Con el paso de los años, el número de féminas incrementó en los programas deportivos de pantalla compartiendo dichos espacios con sus colegas varones. Si bien es una realidad, hasta la fecha, la mujer ha estado ubicada en el borde de la cancha para dar datos específicos, información limitada y objetiva durante la transmisión. Pese a esto, la mujer no deja de estar exenta a comentarios que resultan ser desfavorables para su labor. Es cuando surgen los llamados estereotipos. Sobre estos prejuicios, según Pereyra, (como se citó en Espinoza 2012), señala que:

En las televisoras las dejan muy mal paradas al colocar a chicas que no son las que más saben de deportes, son chicas con buen cuerpo que dicen muchas tonterías. Imagino que la reflexión que hacen las televisoras es que nadie pone atención a lo que comentan, sino a sus cuerpos. Yo condeno eso. (p. 261).

Para el soporte de esta investigación se presenta un estudio basado en ambas metodologías: cualitativa y cuantitativa. Con respecto a la primera metodología se realizó una observación a los siguientes programas de televisión deportivos de la ciudad guayaquileña:

**Lista de programas deportivos televisivos observados en la ciudad de Guayaquil  
(Agosto, 2015)**

<b>Canal Televisivo:</b>	<b>Programa Deportivo:</b>
Canal 2 (Ecuavisa)	‘Código Fútbol’
Canal 4 (RTS)	‘Copa’
Canal 8 (GamaTv)	‘Gama Deportes’
Canal 10 (TC Televisión)	‘100 X Ciento Fútbol’
Canal 12 (Canal UNO)	‘De Campeonato’
Canal 604 (DirecTv)	‘DirecTv Sports’

Lo dicho por Pereyra no dista mucho de la realidad ecuatoriana. Sin embargo, existen algunas periodistas deportivas que participan en diferentes programas de pantalla (tal como se percibió

durante la observación realizada a los canales televisivos). Cuatro de ellas fueron consideradas para la realización de una serie de entrevistas con el fin de exponer sus puntos de vista basados en su experiencia. En las entrevistas de profundidad<sup>5</sup> se realizaron cuestionamientos correspondientes explícitamente a la temática de estudio además del conocimiento de la profesión para indagar acerca de los posibles estereotipos, consecuencias y efectos del mismo. Las entrevistadas fueron:

- Gabriela Pazmiño Yépez, presentadora de deportes
- María Giselle Carrillo, presentadora del programa ‘Código Fútbol’
- María José Flores, periodista y presentadora del programa ‘Cien Por Ciento Fútbol’
- Kristy Alvarado, periodista y presentadora en el canal ‘DirecTV Sports’ en Ecuador

Posteriormente, la metodología cuantitativa se trabajó con la elaboración de una encuesta<sup>6</sup> a fin de analizar la opinión de un grupo de estudiantes.

Previo a la ejecución de las entrevistas a profundidad, se debe tener una definición aproximada de qué significan los estereotipos. Dobkin, B. A., y Pace, R. (2007) denominan este término como: “Una generalización un poco confiable respecto a una persona con base a una imagen simplificada del grupo al que pertenece” (p.47). De su parte Vásquez (como se citó en Pedraza, 2012, p. 52), considera que el mantenimiento de estos estereotipos: hombre-fortaleza, mujer-delicadez, han generado un tipo de rechazo a la participación mayoritaria de las mujeres en esta área. Es decir, desde el momento que se etiqueta o juzga a una mujer por su apariencia física, se están limitando las capacidades de ejercer alguna función, sobre todo en periodismo deportivo.

La primera entrevistada para la ejecución de la presente investigación fue la presentadora de programas deportivos, Gabriela Pazmiño Yépez, quien hace 12 años inició su carrera en la televisión ecuatoriana tras ser *anchor*<sup>7</sup> de programas como ‘Sótano Deportivo’ y ‘Deporte Total’ transmitidos a nivel nacional en los canales de Ecuavisa y Teamazonas respectivamente.

---

<sup>5</sup> Ver cuestionario de preguntas al final del documento. Anexo 1.

<sup>6</sup> Encuesta realizada los días 26 y 27 de octubre de 2015 en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil. Anexo 2.

<sup>7</sup> Presentador(a) de noticias, término usado comúnmente en medios de comunicación.

Pazmiño, mencionó que al inicio le costó aceptar la crítica, pues la audiencia que consume deportes en televisión es mayoritariamente masculina. Se debe estar atento a cada cosa, sobre todo si se es mujer, ya que la primera impresión hacia una fémina es que no conozca sobre el tema deportivo. (G. Pazmiño, comunicación personal, 20 de agosto 2015).

Comenta que sí tuvo errores, como toda principiante, pero son experiencias vividas para prepararse más. Pazmiño, aduce que escuchaba a los demás colegas de radios y otros canales como referencias para su aprendizaje... La mayoría eran hombres... Recuerda que eran pocas las mujeres que incursionaban ese medio. Fue un tiempo donde las periodistas deportivas a la vez debían tener una buena figura. Periodistas deportivas que llamen la atención.

Pazmiño también comentó que durante su trabajo sentía estar muy expuesta a comentarios adversos referentes a su labor. Además confesó que el periodismo deportivo resultaba ser complicado, sobre todo para una mujer. Fue en su época donde se manejó el estereotipo inicial hacia el grupo femenino cuando este se veía obligado a poseer una atractiva presencia física para formar parte de un medio de comunicación televisivo.

Pese a que disfrutó su trayectoria, ella menciona que la mujer no puede dejar de cumplir sus roles como esposa y madre por ser periodista deportiva. Considera que se puede tener éxito en esta especialidad, se puede tratar de brillar y aprovechar el mayor tiempo dentro de la profesión siempre y cuando se esté soltera, o no tener grandes responsabilidades... De repente estar casada, con un hijo, pero tener bien estructurada la familia y que exista el apoyo de la misma. Los viajes por varios días, partidos y actividades de fines de semana, hacen complicado el ritmo de vida de una periodista deportiva.

Dentro de la realidad latinoamericana Mieke C., & Fauconnier, G., (1981) señalan que la mujer en su inclusión a la pantalla televisiva ha tenido cierta restricción por parte de los medios de comunicación, ya que las problemáticas que inmiscuyen a este género no se consideran relevantes o importantes para la audiencia. Respecto a este planteamiento, la siguiente entrevistada fue María Giselle Carrillo, expresentadora del programa 'Código Fútbol' que transmitió el canal Ecuavisa.

Comenta que este tipo de problemáticas se resuelve a través de la profesionalización de los periodistas deportivos. La comunicadora, quien estudió este campo en Argentina, relacionó la realidad ecuatoriana con la extranjera. A esto Carrillo, refirió: “Acá falta más preparación. En Argentina sí existen muchas chicas que estudian para hacer periodismo deportivo... No es como aquí...”. (M. Carrillo, comunicación personal, 19 de agosto 2015). Añade que la mujer ecuatoriana sigue estigmatizada en el periodismo deportivo televisivo. Ella concuerda con los mismos estereotipos de su colega: el físico, la presencia y la estética son indispensables para que una mujer entre al medio:

En pantalla somos muy pocas las mujeres y las que resaltan son menos. Porque en sí no es solamente el ámbito del periodismo deportivo, la sociedad es muy machista aún. Hoy menos que antes, es muy difícil aceptar un comentario de fútbol emitido por una mujer, porque los hombres creen que es suyo, su trabajo... Simplemente no es algo común. Por ser pocas las mujeres que incursionan en pantalla deportiva los estereotipos siguen latentes. (M. Carrillo, comunicación personal, 19 de agosto 2015).

La presentadora, además señala que pese a llamársele periodismo deportivo, en el país lastimosamente lo que vende es únicamente el fútbol y los medios de comunicación son un negocio también. Carrillo opina que estos ponen lo que la audiencia exige... No se da la relevancia a otros deportes, solo se consideran al resto de atletas cuando obtienen importantes logros (tal es el caso de grandes marcas mundiales, campeonatos o Juegos Olímpicos). Entonces, si una mujer quiere destacar en el país debe saber más de fútbol que de otros deportes.

La tercera entrevistada fue María José Flores, quien durante el cuestionario, comentó que su ingreso al medio deportivo fue particular a diferencia de sus compañeras. Flores, actual presentadora del programa ‘*Cien Por Ciento Fútbol*’ que transmite TC Televisión, siempre incursionó en espacios totalmente alejados del fútbol y otros deportes. Pero, cuando cumplió un ciclo en ese canal, su labor cambió al dejar el espacio de farándula ‘De Boca En Boca’ del programa ‘El Noticiero’ para luego viajar al Mundial de Sudáfrica a hacer un tipo de “farándula deportiva”, por orden de sus directores, el cual señala, dio un giro a su carrera como profesional.

Durante el 2010, en su primer viaje a un mundial<sup>8</sup>, Flores recuerda que entrevistar a deportistas fue un cambio rotundo para ella, pues estaba acostumbrada a realizar otro tipo de periodismo. Pese a esto confiesa que siempre estaba al tanto de algo o debía actualizarse constantemente. Flores admite ser parte de ese grupo de mujeres que han sido fuertemente criticadas. A esto sumarle otro estereotipo: las mujeres son mejor vistas en un periodismo de farándula, mas no dedicarse a un periodismo deportivo como tal. (M. Flores, comunicación personal, 17 de agosto 2015).

El crecimiento profesional para Flores resultó un gran desafío que le ha costado lágrimas, más aún por su antecedente laboral de presentadora de segmentos de espectáculos. Sin embargo, cada día se informa más, sobre todo de fútbol. Señala también que trabajar en radio ayuda muchísimo porque es un trabajo constante. Ir y hacer coberturas refuerzan mucho el ejercicio profesional.

La última presentadora entrevistada fue Kristy Alvarado, quien es parte de las transmisiones de los partidos en vivo del campeonato nacional para el canal DirecTv Sports. Alvarado comenta que si las mujeres no destacan en los medios de comunicación al igual que los hombres es por su falta de preparación y direccionamiento. Desde su perspectiva señala que sí existe un machismo marcado en el entorno, pero en igual medida, oportunidades existen y hay que saberlas aprovechar:

Es cierto que estamos pocas mujeres en medios televisivos, pero eso no nos hace menos que ellos (hombres), al contrario, si estamos es porque somos buenas, porque estamos en equidad con los hombres para hablar de deportes, para dar opiniones y tener preparación al igual que ellos. En mi caso es algo que siempre lo busqué, siempre estuve segura de lo que quería hacer y lo que quería ser, tuve que esforzarme, me dieron una oportunidad y no la desperdicié. A pesar de esto, siempre hay estereotipos: Que nosotras no sabemos, que no lo vivimos como ellos lo hacen, o que solo por la cara bonita y el buen cuerpo nos señalan pero no es así, no ven más allá.... (K. Alvarado, comunicación personal, 19 de agosto 2015).

Finalmente, para reforzar este artículo se realizó la encuesta en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil con el número total de estudiantes del período lectivo Mayo-Octubre 2015 el mismo que registró 450 estudiantes

---

<sup>8</sup> En referencia a la Copa del Mundo de Sudáfrica 2010

matriculados. Posteriormente, se efectuó la encuesta tomando como muestra un 49.55% del total. En esta metodología se seleccionó a estudiantes de modo aleatorio para conocer qué piensan sobre el asunto, como audiencia y futuros profesionales.

## RESULTADOS

Esta investigación realizó una respectiva observación de los programas deportivos considerados de mayor rating en la ciudad de Guayaquil. El resultado de la observación aplicada fue notorio. De los programas observados, *'Código Fútbol'* de Ecuavisa, *'De Campeonato'* de Canal Uno, *'Cien Por Ciento Fútbol'* de Tc Televisión, *'Copa'* de RTS, *'Gama Deportes'* de GamaTv, y en las señales de *'DirecTv Sports'* o *'Claro Sports'*, no existe más de una mujer en cada programa deportivo, como máximo vemos una presentadora en compañía de uno o más comentaristas hombres, pero no dos mujeres. En otros canales no existe ni siquiera una presentadora, solo son hombres, a diferencia de otros tipos de programas como por ejemplo en programas de variedades de farándula donde la mujer está presente en mayor número.

Durante las transmisiones de partidos, por lo general las mujeres son ubicadas al borde de campo para dar los pormenores de movimientos en las bancas de ambos equipos, presentar datos estadísticos, históricos, curiosidades o enviar saludos emitidos por la audiencia... Difícilmente esta aporta con un comentario personal como lo realizan sus colegas masculinos.

La investigación realizada además recogió diferentes percepciones y criterios de mujeres que han vivido la experiencia de ser presentadoras deportivas en televisión, de igual forma la opinión de estudiantes de la especialidad. Todos han colaborado con su punto de vista con base a su experiencia y percepción a fin de recopilar opiniones y analizar si existen o no estereotipos sobre las féminas en este campo, cuáles serían los estereotipos presentes en la actualidad, y cuál de estos se impone más.

En cuanto a las entrevistas a profundidad realizadas, las reporteras señalan que efectivamente existen estereotipos y pese a no ser un impedimento para su ejercicio profesional, estos prejuicios sí forman parte de su diario vivir. Todas concuerdan que en algún momento recibieron críticas desfavorables durante su trabajo, como toda persona, pero por el caso de ser mujer, ellas

sí evidencian un grado de machismo en el público que las observa. De igual forma, por su experiencia señalan que los estereotipos más comunes serían que las mujeres:

- Deben poseer indiscutiblemente una muy buena apariencia física, como primera característica...
- Son vinculadas sentimentalmente con los deportistas...
- Sólo se dedican a realizar farándula deportiva...
- No tienen capacidad / experiencia / conocimiento para emitir comentarios relevantes como sus compañeros hombres...

Consideran que por sobre todas las etiquetas mencionadas, el estereotipo que más se destaca sin duda es que su apariencia física vende más de lo que pueda emitir de información. Evidenciando una clara presencia de estos prejuicios sobre las mujeres de la pantalla deportiva. La mujer ha sido vista como un producto más que venda en los medios, pero estas profesionales han logrado reducir en algo esta brecha.

Para la periodista del Diario El Universo, Marta Murga<sup>9</sup>, su profesión en cuanto al periodismo deportivo ha estado más limitada a dar cierto tipo de información. Opina que esto es más frecuente para las mujeres de pantalla, a quienes se les otorga dar información estática, ser reporteras o estancarse sin poder asignárseles un espacio a fin de emitir un comentario u opinión. No es el mismo caso que en la radio o la prensa escrita, donde según Murga existe un poco más de desenvolvimiento para la mujer.

El ambiente (del periodismo deportivo en Guayaquil), de una u otra forma sí es manejado por una figura predominante del hombre sobre las limitaciones de lo que pueda hacer la mujer... Más allá del tema imagen, en el caso de la televisión, es la falta de preparación en las escuelas. Lo que antes era como un oficio artesanal, ahora requiere de un estudio profesional, una metodología para realizar crónicas deportivas. Saber cómo se redacta un partido y no solo presentar datos históricos o estadísticos. (M. Murga, comunicación personal, 15 de diciembre de 2015).

La televisión provee algo que no poseen la radio y la prensa escrita, la imagen visual. El acceso a estos medios para la mujer por ejemplo, es más accesible, puesto que la imagen no es la

---

<sup>9</sup> Marta Murga, periodista de prensa escrita de gran trayectoria. Además es docente en Medios Comunicación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y docente de Periodismo Deportivo en la Universidad Casa Grande.

prioridad, en ambos predominan la buena voz o la correcta redacción periodística respectivamente, factores que indiscutiblemente no son parte de un género determinado:

El periodismo deportivo aparece como un ejemplo significativo -y casi paradigmático- en el que se produce una asimetría habitual entre el espacio que ocupa el hombre y el que los medios de comunicación otorgan a la mujer en calidad de protagonistas de la información. La mujer se torna más invisible en los medios de comunicación a pesar de que ocupa espacios sociales más relevantes que antaño. (Vega, 2012, p. 5).

Es evidente que en la ciudad de Guayaquil, la presencia de la mujer en un medio de comunicación, sobre todo en la televisión, no está a la par que los hombres. Respecto a esto Murga señala:

Todos somos iguales, hombres y mujeres tenemos las mismas capacidades... No me inclino por un machismo o un feminismo, pero sí existen realidades en nuestra sociedad. En el caso del hombre, este tiene más libertad en su tiempo. Mientras para la mujer existen varios factores, como el caso de ser madre... A mí me ha tocado dejar mi hija, cuando me fui a la Copa América de este año me fui tres semanas y sí es complicado si no se tiene el apoyo de un núcleo familiar. En el mismo día a día, nuestro trabajo es muy sacrificado por tus hijos. Peor aún, despertar un domingo muy temprano, no sabes la hora de llegada a casa. Son esas condiciones que limitan la predisposición para ejercer tu labor siendo mujer. (M. Murga, comunicación personal, 19 de agosto 2015).

Por otro lado claro está, existen hombres en el medio de farándula pero muy poco se escucha de estereotipos sobre estos o no se critica como a las mujeres en las transmisiones deportivas. Esta observación se la realizó en las transmisiones de programación habitual de los medios, a fin de reflejar la situación de la mujer en la pantalla chica, sobre todo sus prejuicios en cuanto al periodismo deportivo.

Lamentablemente, la mujer ha estado desde sus inicios en la televisión direccionada a cierto tipo de periodismo, cuando aún resulta un poco novedoso verla hablar de lo que habitualmente no trabaja. A esto Flores (2014), señala: “A mí también me dijeron que no podía, muchos criticaron cuando me pusieron en deportes cuando ya había estado en segmentos de farándula, quería hasta llorar, pero al final seguí, no me rendí, continué, aprendí y sigo aprendiendo...”. De su parte Masterman (2007), considera que:

En los medios, el sexismo se manifiesta constantemente en el tratamiento y representación de las mujeres, tanto en los programas objetivos como en los de ficción, a través del uso todavía dominante de los discursos patriarcales y de la subordinación institucional de las mujeres dentro de los medios. (p. 222).

Para efectuar la encuesta previamente se realizó un banco de preguntas, el mismo que tuvo como referencia para su elaboración el criterio de las entrevistadas en conjunto de la investigación bibliográfica que presenta este artículo.

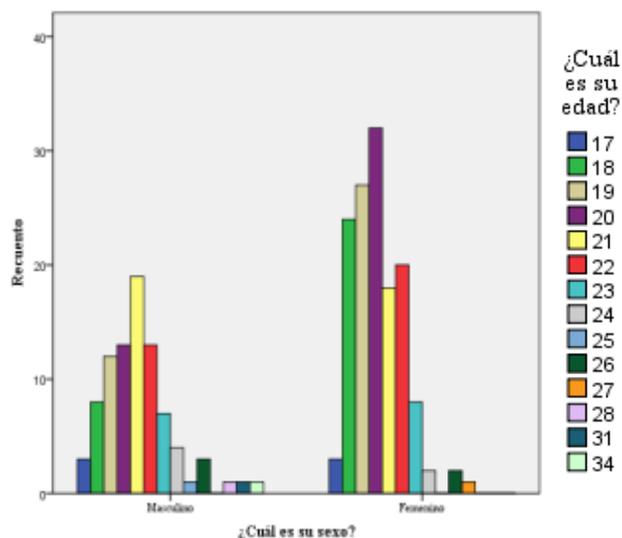
La encuesta de modo aleatoria (perteneciente a la metodología cuantitativa) tomó como población el total de los 450 estudiantes que pertenecieron a la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil durante el período Mayo-Octubre del 2015. Cabe mencionar que se tomó de muestra el 49.55 % dejando una cifra 223 estudiantes con los cuales se trabajó. Una vez realizada la encuesta, para obtener resultados estadísticos se trabajó en el programa SPSS versión 23 el cual presentó lo siguiente:

**Tabla No. 1**  
¿Cuál es su sexo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Masculino	86	38,6	38,6	38,6
Femenino	137	61,4	61,4	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Autora: Alejandra Hernández

**Gráfico No. 1**



En lo que respecta a la **Tabla No. 1**, de 223 estudiantes escogidos para la encuesta, el 61% fue femenino, mientras que el porcentaje restante 38% fue masculino. Tal como se presentó en la introducción de este tema, la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana con Sede en Guayaquil también muestra un alto rango de presencia femenina al momento de escoger esta especialidad, evidenciando el resultado de la CEAACES, el cual señaló en su estudio que son más mujeres quienes estudian esta carrera en comparación a los hombres.

**Tabla No. 2**  
**¿Cuál es su edad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 17	6	2,7	2,7	2,7
18	32	14,3	14,3	17,0
19	39	17,5	17,5	34,5
20	45	20,2	20,2	54,7
21	37	16,6	16,6	71,3
22	33	14,8	14,8	86,1
23	15	6,7	6,7	92,8
24	6	2,7	2,7	95,5
25	1	,4	,4	96,0
26	5	2,2	2,2	98,2
27	1	,4	,4	98,7
28	1	,4	,4	99,1
31	1	,4	,4	99,6
34	1	,4	,4	100,0
Total	223	100,0	100,0	

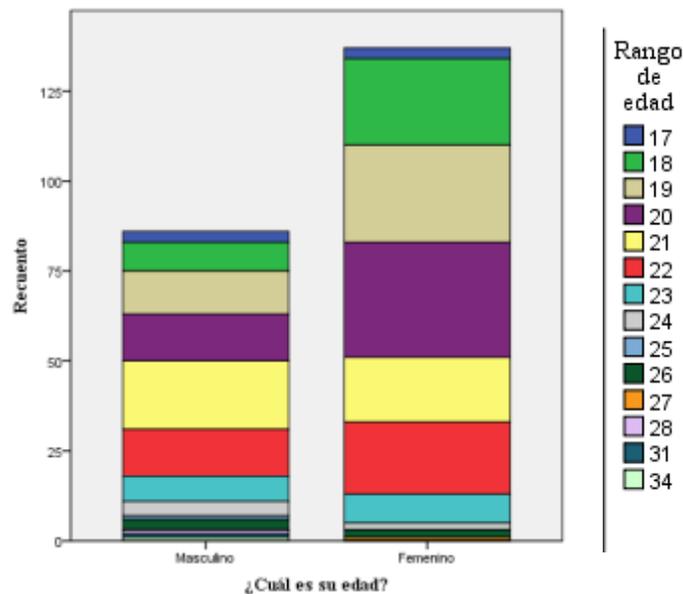
Autora: Alejandra Hernández

**Tabla No. 2.1**  
**Estadísticos descriptivos**

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
¿Cuál es su edad?	223	17	34	20,57	2,310
N válido (por lista)	223				

Autora: Alejandra Hernández

**Gráfico No. 2**



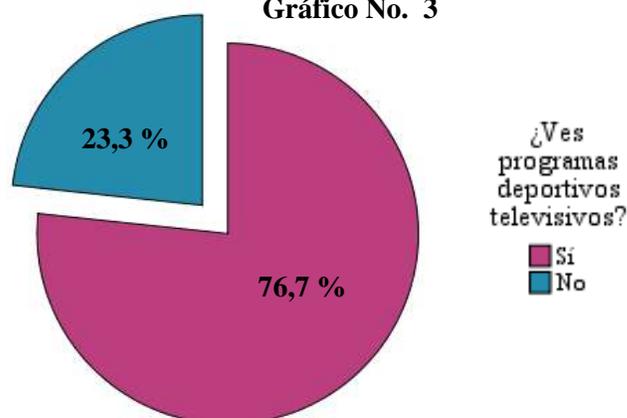
Debido a que la encuesta se efectuó a un grupo de estudiantes universitarios, los resultados de la **Tabla No. 2** presentan un rango de 17 a 34 años de edad. Así mismo, en la **Tabla No. 2.1** se muestra una desviación estandar del 2,310. Esto arrojó una media entre 18 y 23 años de edad aproximadamente, lo que refleja una edad promedio de 20 años por parte del grupo selecto para este trabajo.

**Tabla No. 3**  
**¿Ves programas deportivos televisivos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Sí	171	76,7	76,7	76,7
No	52	23,3	23,3	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Autora: Alejandra Hernández

**Gráfico No. 3**



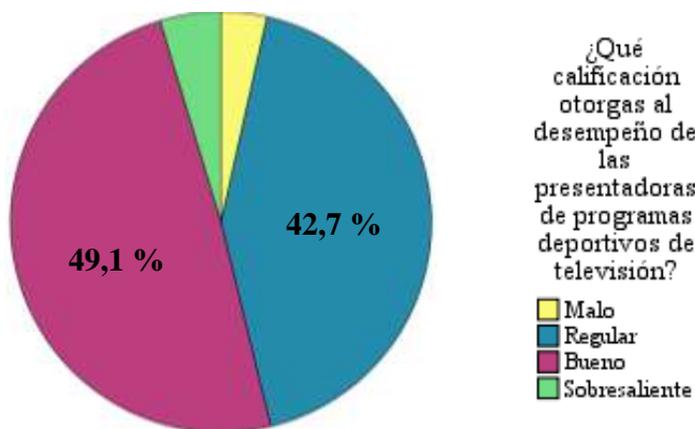
En la **Tabla No. 3**, se muestra el resultado de la primera pregunta de la encuesta realizada, y corresponde a que si la audiencia seleccionada ve o no programas deportivos. Cabe mencionar que si los encuestados seleccionaban como opción la respuesta “No”, automáticamente culminaba su cuestionario. En tal caso, el resultado arrojó que un 23,3 % escogió tal opción. Es decir que el porcentaje restante, 76,7 %, indicó “Sí”. Entonces es con este porcentaje que se continuó a la espera de resultados generales.

**Tabla No. 4**  
**¿Qué calificación otorgas al desempeño de las presentadoras de programas deportivos de televisión?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	6	2,7	3,5	3,5
	Regular	73	32,7	42,7	46,2
	Bueno	84	37,7	49,1	95,3
	Sobresaliente	8	3,6	4,7	100,0
	Total	171	76,7	100,0	
Perdidos	Sistema	52	23,3		
Total		223	100,0		

Autora: Alejandra Hernández

**Gráfico No. 4**



En la segunda pregunta, como lo indica la **Tabla No. 4**, los encuestados debían escoger, desde su criterio, la calificación que otorgan al desempeño de las presentadoras de programas deportivos televisivos. La mayoría consideró que el trabajo realizado por ellas es “Bueno”. No obstante, se

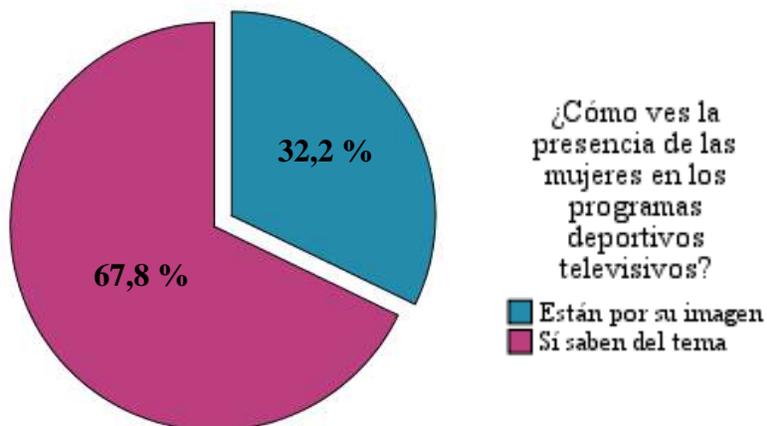
observa que las categorías “Malo” y “Sobresaliente” registran un porcentaje similar con un 2,7 % y 3,6% respectivamente.

**Tabla No. 5**  
**¿Cómo ves la presencia de las mujeres en los programas deportivos televisivos?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Están por su imagen	55	24,7	32,2	32,2
	Sí saben del tema	116	52,0	67,8	100,0
	Total	171	76,7	100,0	
Perdidos	Sistema	52	23,3		
Total		223	100,0		

Autora: Alejandra Hernández

**Gráfico No. 5**



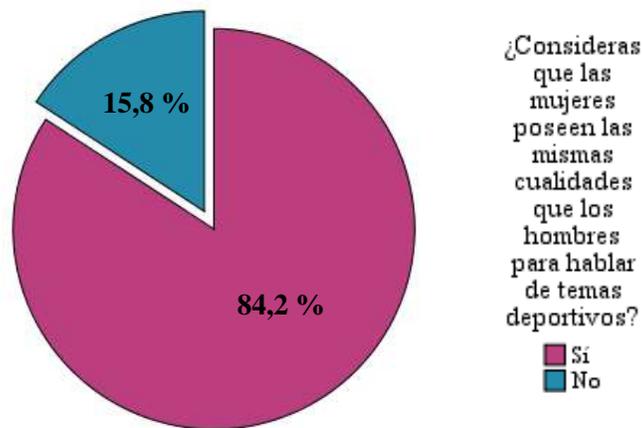
Con respecto a la pregunta 3 (**Tabla No. 5**), los estudiantes consideran positivamente la presencia de las mujeres dentro de los programas deportivos. Para tal resultado, un 67,8 % de encuestados indicó que “Sí saben del tema”; es decir, las féminas se valen por su experiencia y conocimiento, mientras un 32,2 % señaló que más “Están por su imagen”, imponiendo la apariencia física por sobre cualquier otra característica.

**Tabla No. 6**  
**¿Consideras que las mujeres poseen las mismas cualidades que los hombres para hablar de temas deportivos?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	144	64,6	84,2	84,2
	No	27	12,1	15,8	100,0
	Total	171	76,7	100,0	
Perdidos	Sistema	52	23,3		
Total		223	100,0		

Autora: Alejandra Hernández

**Gráfico No. 6**



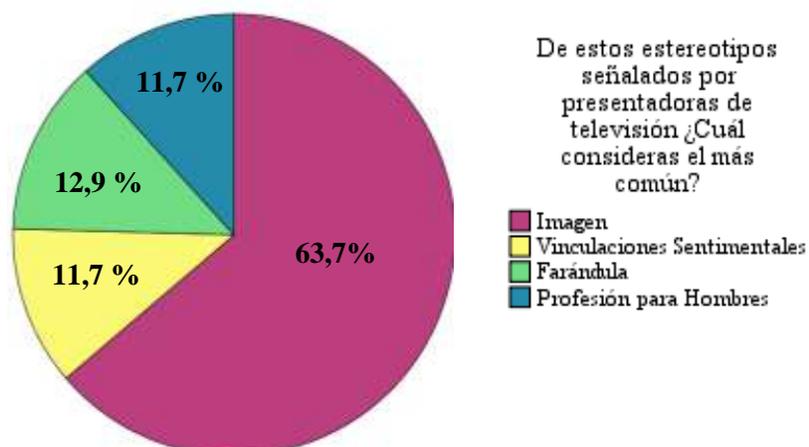
La **Tabla No. 6** muestra con un 84,2 %, que la mayoría de los estudiantes encuestados considera que las mujeres poseen las mismas cualidades que los hombres para hablar de temas deportivos. Mientras que un 15,8% señala lo contrario.

**Tabla No. 7**  
De estos estereotipos señalados por presentadoras de televisión,  
¿Cuál consideras el más común?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imagen	109	48,9	63,7	63,7
	Vinculaciones Sentimentales	20	9,0	11,7	75,4
	Farándula	22	9,9	12,9	88,3
	Profesión para Hombres	20	9,0	11,7	100,0
	Total	171	76,7	100,0	
Perdidos	Sistema	52	23,3		
Total		223	100,0		

Autora: Alejandra Hernández

**Gráfico No. 7**



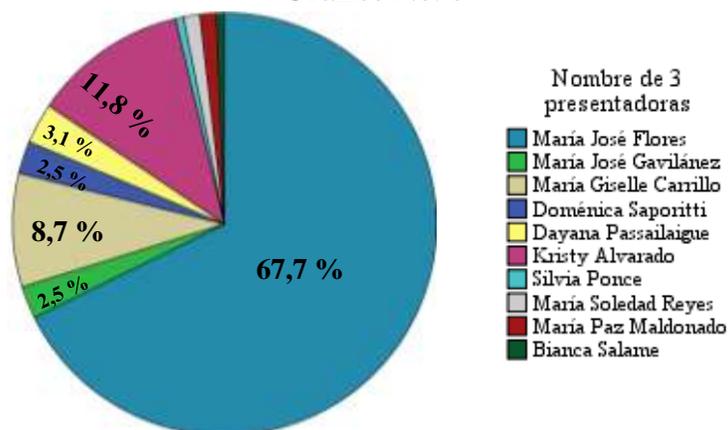
La **Tabla No. 7** presenta una serie de estereotipos, mismos que fueron mencionados por las presentadoras anteriormente entrevistadas en este artículo para que los estudiantes determinen cuál de estos, desde su apreciación, era el más común. Efectivamente, con un 63,7 %, para los encuestados, el estereotipo más catalogado fue “La imagen”; es decir, que las mujeres dentro de programas deportivos televisivos “Deben tener una buena apariencia física, que capte la atención...”. Los estereotipos restantes, ‘Vinculaciones Sentimentales’, ‘Farándula’, ‘Profesión Para Hombres’, constan de valores similares como 11,7 %, 12,9 % y 11,7 % respectivamente, constatando cual es el estereotipo mayormente asignado a las mujeres en este oficio.

**Nombre de 3 presentadoras de programas deportivos que recuerde**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	María José Flores	109	48,9	67,7	67,7
	María José Gavilánez	4	1,8	2,5	70,2
	María Giselle Carrillo	14	6,3	8,7	78,9
	Doménica Saporitti	4	1,8	2,5	81,4
	Dayana Passailaigue	5	2,2	3,1	84,5
	Kristy Alvarado	19	8,5	11,8	96,3
	Silvia Ponce	1	,4	,6	96,9
	María Soledad Reyes	2	,9	1,2	98,1
	María Paz Maldonado	2	,9	1,2	99,4
	Bianca Salame	1	,4	,6	100,0
	Total	161	72,2	100,0	
Perdidos	Sistema	62	27,8		
	Total	223	100,0		

Autora: Alejandra Hernández

**Gráfico No. 8**



En la última pregunta de la encuesta, los estudiantes debían escribir tres nombres de presentadoras deportivas que recuerden... Muy pocos lograron completar las tres casillas; sin embargo, el resultado en la **Tabla No. 8** arroja un dato muy interesante. Con un 67,7 % la presentadora más recordada fue María José Flores, presentadora del programa '*Cien Por Ciento Fútbol*', seguida de Kristy 'Samba' Alvarado (11,8 %), presentadora en la señal de *DirectV Sports* y finalmente María Giselle Carrillo (8,7 %), presentadora del programa '*Código Fútbol*'.

Otro dato interesante que arrojó esta técnica fue que las mujeres mencionadas por los encuestados eran mayormente recordadas por su imagen, su rostro, estirpe, o alguna característica física en especial, pero ni siquiera sabían cuáles eran sus nombres... En el caso de Flores, algunos la recordaban más por su antecedente laboral en segmentos de farándula y luego pasó a realizar notas deportivas. Tal como lo menciona ella misma en la entrevista anterior.

## CONCLUSIONES

El análisis de la investigación realizada denota cierta presencia de estereotipos con respecto a la aparición de mujeres en los programas deportivos televisivos en la ciudad de Guayaquil, lo cual corresponde a una recolección de datos que arrojó el estudio en mención; es decir, sí existen restricciones para que las periodistas deportivas ejerzan labores que ocupen sitios relevantes en los medios de comunicación audiovisuales.

Una de las primeras impresiones a concluir es la escasa existencia de estudios realizados en la ciudad de Guayaquil que profundicen esta temática vinculada a la comunicación social y el deporte con respecto a la participación de las mujeres en este ámbito; esto no corresponde a la realidad social de las periodistas y el desarrollo de las actividades afines, ya que para la comunidad científica al parecer no es tan relevante como para tomarlo en cuenta en la ejecución de un estudio local.

Luego de conocer la realidad investigativa acerca de los estereotipos sobre la mujer dentro de los programas deportivos televisivos en Guayaquil, se refleja que, a partir de las entrevistas realizadas a personajes representativos del medio, efectivamente existen ciertos parámetros

físicos a cumplir. Esto dificulta el desenvolvimiento de las periodistas en sus actividades, lo cual implica la imagen y la presencia voluptuosa, mientras quedan relegadas a un segundo plano habilidades como el profesionalismo, la experiencia o la preparación previa que deberían tener cada una de las mujeres al incursionar en el ámbito deportivo comunicacional. Son amplios los ejemplos en que personajes femeninos son recordados por su buena apariencia física y no tanto por sus logros profesionales.

A pesar de las pocas oportunidades que existen en el medio para las periodistas deportivas, también interviene en las cuestiones negativas el hecho de que son pocas las comunicadoras sociales que realmente se preparan para el correcto desenvolvimiento de las actividades en esta área, lo que determina también una cargada responsabilidad hacia ellas, pues la preparación es la piedra angular del desarrollo de una efectiva carrera periodística en el área deportiva.

Dentro de la investigación y posterior análisis realizado se pudo conocer que las presentadoras deportivas siguen siendo blanco de críticas por parte de varios televidentes, que en su mayoría son de género masculino; la audiencia constantemente argumenta que la posición de ciertas mujeres en programas de televisión tiene que ver más con su apariencia física que con el conocimiento en la disciplina a la cual han sido asignadas, ya sean coberturas de partidos de fútbol, entrevistas de campo u otras actividades afines al deporte en general.

Otro importante punto a destacar es que en las encuestas realizadas se pudo conocer que los jóvenes universitarios son un tanto más abiertos a la presencia y desenvolvimiento de las periodistas deportivas al considerar que sí poseen cualidades semejantes a los comunicadores masculinos, ya que para los encuestados no existe una brecha considerable entre las características de ambos sexos, aunque son conscientes de que para cierto sector de la población masculina es un poco más factible ser aceptados en el medio que a las mujeres.

La apariencia física y el perfil del personaje de televisión son sumamente relevantes en la pantalla como tal. Por lo tanto, es de conocimiento público que existe un estereotipo de preferencia hacia la mujer agraciada con cuerpo esbelto y rostro agradable. En varios casos, este tipo de personas no cumplen con las características comunicativas tales como una redacción eficaz de noticias o una voz preparada dentro del marco periodístico. Estas prácticas son

comunes, aunque no son siempre bien vistas por todos los profesionales ya que se prefiere la apariencia física frente al conocimiento comunicativo y deportivo.

Por otro lado, la sociedad guayaquileña está acostumbrada a la presencia de varones que ejercen el periodismo deportivo, creando en el inconsciente colectivo una imagen de que estas labores son propias de tal género y no le pertenecen a otro.

Ante esta manifestación de paradigmas contemporáneos, organizaciones no gubernamentales que luchan a favor de la inclusión de la mujer en todos los ámbitos posibles, se han pronunciado con el afán de alzar la voz para que dentro del periodismo se inmiscuya la participación representativa y relevante de las féminas, pues consideran que mientras el medio de comunicación exponga las diversas formas de expresión, en distintos géneros y desde las perspectivas más amplias, se logrará que la audiencia capte y entienda varias situaciones que tienen que ver directamente con el desarrollo de la actividad periodística deportiva y la mujer.

La erradicación de estereotipos trata de promover un cambio no solo en lo profesional sino en el conglomerado social guayaquileño que está lleno de ideas vinculadas al patriarcado y el propio machismo, prejuicios que limitan en gran parte la participación de la mujer en todo ámbito laboral y, en este caso, el periodismo deportivo en medios de comunicación audiovisuales.

Todo lo anterior mencionado converge en la creación de estereotipos que lamentablemente forman parte de la cultura social; tales construcciones mentales han generado una ideología donde predomina la superioridad masculina. Estas categorizaciones determinan que las mujeres tengan escasas oportunidades y los espacios estén relegados para ellas, lo cual es un impedimento evidente y frena su avance como periodistas deportivas, pues no solo deben luchar a favor del desarrollo de sus carreras, sino con toda la sociedad que constantemente las observa, critica y analiza en todas las formas posibles.

A pesar de las obstaculizaciones que enfrentan las aspirantes a comunicadoras sociales y quienes ya ejercen el cargo en el área deportiva, existe un selecto grupo dentro de las nuevas generaciones que ha tomado la batuta en el desarrollo de propuestas para que las mujeres tengan participaciones más relevantes en la comunicación. Una de las idealizaciones generadas por este grupo que lucha a favor de la integración tiene que ver con la mejor preparación constante en

carreras universitarias relacionadas a la especialidad, así como la investigación y el propio desarrollo de las capacidades para un mejor desenvolvimiento, a la vez desean marcar un hito en la historia de la comunicación guayaquileña, dejando claro que el periodismo deportivo también puede contar con la participación de mujeres profesionales y capacitadas para tales cargos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Antezana, L., (2011). *La mujer en la televisión: caso chileno*. Santiago de Chile: Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile.
2. Arrieta, M., Larrain, M. E., Orellana, Y., Zegers, B., (2013). *Impacto de Imágenes Femeninas Presentadas por los Medios de Comunicación en Adolescentes Mujeres de la Región Metropolitana de Santiago de Chile*. PSYKHE, 22 (N°1), 29-41.doi: 10.7764/psykhe.22.1.634
3. Butler, J. (2004). *Deshacer el género*. New York: Routledge.
4. Butler, J. (2007). *El género en disputa*. New York: Paidós.
5. COMDICOR (2015). *Las mujeres ganan espacio en los medios con profesionalismo y trabajo*. Recuperado de: <http://www.cordicom.gob.ec/las-mujeres-ganan-espacio-en-los-medios-con-profesionalismo-y-trabajo/>
6. Dobkin, B. A., & Pace, R. (2007). *Comunicación en un mundo cambiante*. México: Mc Graw Hill.
7. El Diario, (26 de mayo de 2015). *Unesco ve preocupante imagen estereotipada de mujer en Latinoamérica*. Manabí. Recuperado de: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/356724-unesco-ve-preocupante-imagen-estereotipada-de-mujer-en-latinoamerica/>
8. Espinoza, M. E. (2012). *Ellas, tecleando su historia*. México: Penguin Random House Grupo Editorial
9. Flores, M. J. (12 de mayo de 2014). *Inclusión de la mujer en el periodismo deportivo*. Ponencia presentada en la Primera Conferencia de Periodismo “Alineación Ganadora”, Guayaquil, Ecuador.

10. Guerra, C. A. (1990). *Zoila Ugarte Landívar: Pionera del periodismo femenino del Ecuador*. Guayaquil: Vicerrectorado Académico.
11. León, A. (7 de abril de 2016). Conversatorio, La mujer en el comentario y la entrevista deportiva. *UTPL*. Recuperado de: <http://www.utpl.edu.ec/comunicacion/conversatorio-la-mujer-en-el-comentario-y-la-entrevista-deportiva/>
12. López, P. (2011) *Deportes y mujeres en los medios de comunicación*. Recuperado de: <http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/myd/web-guia-mmcc-vp.pdf>
13. Luhman, N. (2007). *La realidad de los medios de masa*. En A. Amado, *Prensa y Comunicación: Relaciones informativas responsables*. (p. 14). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
14. Marrero Rivera, O. (2011). *Fundamentos de Periodismo Deportivo*. Estados Unidos: Terranova Editores.
15. Masterman, L. (2010). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones De La Torre.
16. Mieke C., y Fauconnier, G. (1981). Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social. *UNESCO*. Recuperado en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001343/134358so.pdf>
17. Moreno, J. (2010). *Inserción de la mujer en el periodismo deportivo, acciones para incentivarlo en la sociedad ecuatoriana*. Universidad Técnica de Cotopaxi. Latacunga, Ecuador: [s.n]
18. ONU MUJERES, (10 de marzo de 2014). *Las mujeres y los medios de comunicación: una participación de condiciones des-iguales*. Quito. Recuperado en: <http://ecuador.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2014/3/las-mujeres-y-los-medios-de-comunicacion>
19. Pavón, L. (1 de junio de 2014). El papel de la mujer en el periodismo deportivo y el Mundial de Brasil, a debate en Benahavís. *Diario Sur*. Recuperado de: <http://www.diariosur.es/20140601/deportes/futbol/papel-mujer-periodismo-deportivo-201406011623.html>
20. Pedraza, C. (2012). Mujeres en el periodismo deportivo: Reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes. *Derecho a*

*Comunicar*. 1 (4). 52. Recuperado de:

<http://132.248.9.34/hevila/Derechoacomunicar/2012/no4/4.pdf>

21. Portafolio. (2015). *El deporte es un negocio rentable*. Recuperado de:  
<http://www.portafolio.co/negocios/empresas/deporte-negocio-rentable-31298>

22. Vega, R. (2012). *Mujer, deporte y comunicación: La periodista deportiva y su acceso al ejercicio profesional de la actividad*. (p. 5). Revista Andaluza de Documentación sobre el Deporte. Recuperado de:

[http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/web/html/sites/consejeria/iad/Galerias/ad-juntos/ddxt-e\\_4/DDxt-e\\_004\\_Textos\\_02.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/web/html/sites/consejeria/iad/Galerias/ad-juntos/ddxt-e_4/DDxt-e_004_Textos_02.pdf)

23. Verdezoto, N. (22 de febrero de 2014). El derecho al voto cambió nueve veces en el período republicano. *El Comercio*. Recuperado de:  
<http://www.elcomercio.com/actualidad/derecho-al-voto-cambio-nueve.html>

## ANEXOS

### **Anexo 1: Cuestionario de preguntas para las Entrevistas de Profundidad realizada a mujeres vinculadas con los programas deportivos de Guayaquil.**

**Autora:** Alejandra Hernández León

**Año:** 2015

**Tema:** ¿Existen estereotipos sobre la mujer dentro de programas deportivos televisivos en la ciudad de Guayaquil?

#### **Cuestionario:**

1. ¿Considera usted que existen estereotipos sobre la mujer en los programas deportivos de Guayaquil? ¿Por qué?
2. ¿Por qué cree que existe una presencia mayoritaria de hombres en los programas deportivos televisivos?
3. ¿Usted como periodista deportiva, ha vivido algún caso de estigmatización o incomodidad en su área?

4. ¿Tanto profesional como personalmente, considera que las mujeres logren algún día una equidad en medios televisivos?
5. ¿Considera enorme la brecha entre hombres y mujeres dentro de los programas deportivos televisivos?
6. Desde sus inicios en el periodismo deportivo, hasta el presente ¿Ha observado mayor incursión de las mujeres en esta área?

**Anexo 2: Modelo de la encuesta realizada a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil.**

**Autora:** Alejandra Hernández

**Año:** 2015

**Estimado amigo (a):**

**Estamos interesados en que llenes el siguiente banco de preguntas con total sinceridad, así contribuyes al desarrollo de un artículo académico.**

**Sexo:** F – M

**Edad:**

**1.- ¿Ves programas deportivos televisivos? En caso de responder No. Aquí culmina tu encuesta.**

Sí

No

**2.- En una escala del 1 al 5, donde 1 es pésimo y 5 es Sobresaliente. ¿Qué calificación otorgas al desempeño que realizan las presentadoras en los programas deportivos televisivos de Guayaquil?**

Pésimo

Malo

Regular

Bueno

Sobresaliente

**3.- ¿Cómo ves la presencia de una mujer en los programas deportivos televisivos?**

- ESTÁN SOLO POR SU IMAGEN:**  
Destacan por su apariencia física, mas no por sus conocimientos.
- SÍ SABEN DEL TEMA:**  
Están preparadas para emitir una opinión con criterio sobre el tema.

**4.- ¿Consideras que las mujeres poseen las mismas cualidades que los hombres para hablar de temas deportivos?**

Sí  No

**5.- A continuación, estos son los estereotipos señalados por 5 presentadoras deportivas conocidas en el medio local. ¿Cuál consideras tú que es el más común?**

- IMAGEN**  
Las mujeres dentro de programas deportivos deben poseer muy buena apariencia física sin importar su preparación profesional.
- VINCULACIONES SENTIMENTALES**  
Las mujeres que ejercen periodismo deportivo siempre están vinculadas a relaciones sentimentales con los deportistas, productores de televisión, periodistas, etc.
- FARÁNDULA**  
En realidad nunca hacen periodismo deportivo, no saben nada y solo se dedican a hacer un tipo de farándula.
- ES SOLO UNA PROFESIÓN DE HOMBRES**  
Las mujeres no pueden hablar de deportes con la misma fluidez que lo hacen los hombres, porque ellos llevan más tiempo en la especialidad que ellas.

**6.- Menciona el nombre de 3 presentadoras de programas deportivos de Guayaquil que conozcas:**

---

---

---