



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA:

COMUNICACIÓN

TEMA:

**Entre lo visible y no visible de las periodistas en programas de
fútbol. Estudio de caso “Esto es fútbol”.**

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

AUTOR: Valerie Nicole Márquez Unda

TUTOR: Davide Matrone

Quito-Ecuador

2023

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, **Valerie Nicole Márquez Unda** con documento de identificación N°
1718581976

manifiesto que:

Soy la autora y responsable del presente trabajo y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 4 de marzo del año 2023



.....

**Valerie Nicole
Márquez Unda
1718581976**

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, **Valerie Nicole Márquez Unda** con documento de identificación N° **1718581976**, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del Ensayo o Artículo Académico: “Entre lo visible y no visible de las periodistas en programas deportivos. Estudio de caso: Esto es fútbol”, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: **Licenciada en Comunicación**, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

**Quito, 4 de marzo del año
2023**



.....

Valerie Nicole Márquez Unda
1718581976

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo **Davide Matrone** declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el **artículo**, ENTRE LO VISIBLE Y NO VISIBLE DE LAS PERIODISTAS EN PROGRAMAS DEPORTIVOS. ESTUDIO DE CASO: “ESTO ES FÚTBOL”, realizado por Valerie Nicole Márquez Unda, obteniendo un trabajo que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, 4 de marzo del año 2023



.....
Davide Matrone

175635650

DEDICATORIA

Agradezco en primer lugar a mis padres, por haberme dado la vida, la fortaleza y los
ánimos para poder cumplir esta meta en mi vida.

A mi padre, Juan Márquez, por siempre guiarme en base a su ejemplo de perseverancia,
lucha, valentía y fortaleza, por nunca dejarme sola, por brindarme su apoyo
incondicional y guiarme en cualquier decisión que haya tomado, por depositar su
confianza en mí y por todo amor que me ha entregado.

A mi familia, mi madre Mónica Unda y mis hermanos Joan y Thais por brindarme su
apoyo durante todo este recorrido y ser un apoyo incondicional en cada momento de mi
vida.

Finalmente, pero no menos importante a todos mis familiares que han trascendido,
aunque ya no estén conmigo en el espacio terrenal, su recuerdo permanecerá siempre.

Valerie Márquez

AGRADECIMIENTO

A mis padres por darme la vida, los sueños por cumplir y las metas por alcanzar.
Mis hermanos, las personas que más amo en esta vida, que han sido mi motor y motivo
para mejorar y superarme cada día.
A mi segunda madre Georgina, por depositar su fe en mí, por ponerme en sus oraciones
y ser mi apoyo espiritual.
A mi segundo padre Carlitos, por ser aquella estrella que guía mi norte y gracias a él, he
conseguido fuerza y voluntad para no desmayar en momentos difíciles de la vida.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal el determinar discursos de violencia y machismo dentro del programa deportivo “Esto es fútbol”, con el fin de analizar aquellos discursos violentos dentro del periodismo ecuatoriano, la investigación es de carácter descriptivo, con un enfoque cualitativo mediante el análisis del discurso de diez programas deportivos, además de la realización de 4 entrevistas a periodistas y profesionales que laboren en el ámbito del periodismo deportivo. La muestra de la investigación fue tomada mediante 5 programas donde participen periodistas femeninas y 5 que cuente únicamente con participación masculina, a partir de la fecha 06-10-2022 dónde se viralizó un programa por violentar a una periodista en vivo, se fue analizando los discursos desde los significados de carácter explícitos, implícitos, donde mayormente se evidencian aquellos mensajes que conllevan violencia hacia la mujer. Se pudo dar respuesta a la pregunta de investigación conociendo que los discursos machistas en programas deportivos se construyen a través de la cultura, y se siguen reproduciendo gracias a los medios de comunicación, que son los principales conductores de estereotipos. Entre los principales resultados se encontró, que los programas tienen gran carga de estereotipos de género, mediante el humor manejan conductas machistas, sexistas, que se normalizan, como también la poca participación que tienen las periodistas en aquel programa.

PALABRAS CLAVE:

estereotipos, machismo, violencia, comunicación, género

ABSTRACT

The objective of this research is to determine discourses of violence and sexism in the sports program “Esto es fútbol”, in order to analyze violent discourses within Ecuadorian journalism, the research is descriptive, with a qualitative approach through the critical discourse analysis of ten programs, in addition to the realization of 4 interviews to journalists and professionals who work in the area of sports journalism. The research was taken through 5 programs where female journalists participate and 5 that have only male participation, until 10-06-2022, where a program went viral for present online, a violating action to a journalist, the results were analyzed through the speeches and the meanings who have an explicit, implicit character, where those messages evidence violence to women. It was possible to answer the research question knowing that sexist discourses in sports programs that are built through culture, and continue reproduced through the mass media, which are the main reproducers of stereotypes. The main results was that we found that the programs have a large amount of gender stereotypes, through humor they manage, sexist behaviors, which are normalized. In addition, the short participation that the feminine journalists have in this program.

PALABRAS CLAVE:

Stereotype ,sexism, violence, communication, gender

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
METODOLOGÍA	16
RESULTADOS	20
CONCLUSIONES	28
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30

Entre lo visible y no visible de las periodistas en programas de fútbol.

Estudio de caso “Esto es fútbol”

Introducción

Los medios de comunicación tienen como principal propósito informar y comunicar con objetividad, además de entretener, tienen la responsabilidad social y la gran labor de educar mediante los discursos, las ideologías y los comportamientos, que influyen directamente en las decisiones y acciones de los ciudadanos.

Las industrias culturales como la televisión, al ser un medio masivo y funcional al sector encargado de la producción de servicios como el del entretenimiento, generan cultura en las masas, que se van construyendo a través de procesos a lo largo del tiempo, son aquellos pensamientos, actitudes, conductas e ideologías que se forman al tener contacto con los programas que moldean y se establecen a lo largo del crecimiento de los sujetos.

Además, manejan conceptos mediante lo que se ve y lo que transmiten los programas y series, moldeando pensamientos que se van construyendo, uno de entre tantos, es lo que se entiende entre hombre y mujer en la sociedad, los roles que toman cada uno de ellos, ya sea en el ámbito familiar, laboral y en la sociedad, mediante las representaciones y roles que toman en aquellas producciones, los cuerpos, el vestuario, todas estas interpretaciones, crean papeles, que son tan cercanos a la cotidianidad pero que se alejan de la realidad.

La información que consumimos debe ser adquirida cuidadosamente, ya que, al tener la percepción de que, los medios de comunicación generan experiencias mucho más directas de las cosas, generando sensaciones de que lo que se ve es real, son

fundamentales en la formación de la opinión pública, donde se involucran todas las ideas o pensamientos que se vuelven comunes por la mayoría de las personas sobre algún asunto.

El ser humano se va identificando y ligando hacia un grupo social que le genere mayor pertenencia, de todo se va construyendo y formando, la cultura, la educación y la información lo van moldeando, tanto las actitudes positivas como las negativas; violencia, agresión, discriminación, todo tipo de segregación son reforzados por los medios informáticos.

En los últimos años, el periodismo ha evolucionado con la era de la inmediatez, todos al ser portadores de aparatos electrónicos queremos informar, muchas veces sin tener en cuenta la gran responsabilidad que conlleva, pese a esto, han surgido programas que manejan de diferente manera la información, y con diferente lenguaje, serio y formal o cotidiano e informal, manejándose bajo un libreto de manera seria, burlesca, cómica y ordinaria y los que no manejan ningún libreto, informan mediante la espontaneidad y la improvisación.

Los mensajes se pueden receptor de varias maneras y formas por ello, algunos medios de comunicación son acusados de usar lenguajes violentos, sexistas y machistas, sin tener conocimiento de las consecuencias que pueden atraer ya sea manera legal, que se amparan a las leyes de comunicación o teniendo resultados peores sobre la misma sociedad, que puede influir mediante la repetición de aquellas conductas.

En las últimas décadas en nuestro país, se ha evidenciado de la manera más clara y concreta la violencia de género en los medios de comunicación, ya sea, mediante actitudes o mensajes en medios tradicionales como la televisión, medios públicos, privados y medios digitales.

Desde hace varios años atrás y aterrizando en la actualidad, se ha visualizado a la mujer periodista subordinada, violentada, acosada y descalificada en programas de entretenimiento deportivo, varios de ellos en transmisiones en vivo. De igual manera se han viralizado videos donde, reporteras son acosadas por el público al momento de realizar entrevistas y otras actividades periodísticas, viéndose intimidadas por la figura masculina, los cuales hacen mención y comentarios acerca de su cuerpo, figura, rostro

y belleza, perturbando su labor profesional e impidiendo realizar de manera efectiva su trabajo periodístico.

Estos comportamientos que pasan desapercibidos a forma de burlas o comicidad, donde se naturalizan y banalizan problemas sociales como la violencia de género y el machismo que se han evidenciado en el deporte y más aún el fútbol, mismo que ha sido vinculado con el género masculino, y se ha insertado en la sociedad como algo de la naturaleza del hombre, ya que desde edades pequeñas se ha ido construyendo creencias sociales, a los niños balón de fútbol y a las niñas cualquier otro “artículo femenino”, las sociedades al ir creciendo con aquellos constructos, han dificultado que a la mujer se la incluya en aquellos temas relacionados a las disciplinas deportivas.

Aquellos actos de violencia ya sean psicológicos, verbales y físicos, si bien es cierto, en la actualidad esta problemática ha tenido mayor cabida y espacio para que las mujeres levanten su voz en contra de aquel abuso, intimidación y acoso, en épocas pasadas aquellos actos eran normalmente aceptados por la sociedad, además se hacía uso de la imagen y figura de la mujer con fines lucrativos en áreas de la publicidad, de igual manera la sumisión sobre la mujer en el entorno familiar y en espacios públicos eran común y pasaban desapercibidos.

En nuestro país, al iniciar febrero de 2022 se volvía viral en redes sociales, un video del programa “Esto es fútbol”, donde se acosaba públicamente a la periodista Nadia Manosalva por parte del radiodifusor y fundador del Grupo Caravana Mario Canessa.

Tal fue el impacto masivo, ya que dicho programa es uno de los programas deportivos líderes en el país, en la plataforma de YouTube, contando con 133,000 suscriptores y se ha ido manejando como uno de los programas con más de 26,133,558 vistas en el canal, tomando gran posicionamiento sobre otros programas deportivos.

Marca 90 es el canal de YouTube por donde se transmite el programa de entretenimiento deportivo “Esto es Fútbol”, se unió a aquella plataforma digital el 30 de julio de 2021, el programa son transmisiones en vivo en horario de lunes a viernes a las 22h00, se tratan y analizan varios temas relacionados al balompié mundial, y especialmente toma énfasis en el fútbol ecuatoriano, sobre equipos populares de la primera división de la región costa del país como: Barcelona Sporting Club y Emelec.

El programa, es uno de los más relevantes de plataformas digitales en nuestro país, ya que además de contar con la participación de varios periodistas reconocidos en el ámbito del entretenimiento deportivo como: Roberto Bonafont, Vito Muñoz, Alfonso Harb, Diego Arcos, Andrés Guschmer, Ufredo Borbor, se ha caracterizado en la mayoría de los programas por contar con la presencia de a personajes importantes del fútbol ecuatoriano como jugadores y exdirigentes; además se tiene como invitadas a periodistas deportivas, como María José Gavilanes, Nadia Manosalvas y Giselle Carillo.

“Esto es fútbol” se ha visto involucrado en varias polémicas, ya sea por la trama del show, donde el elenco discute, pelea, se insulta, y realizan comentarios o bromas sarcásticas, ha ido generando sensacionalismo sobre el público; tal es el caso, que, en el programa del 6 de octubre de 2021, sobre el acoso hacia la periodista la transmisión en vivo se volvió viral en redes sociales, cuatro meses después.

Aquel suceso conmocionó a la sociedad ecuatoriana, además, varios y varias periodistas que reprochaban aquellos discursos de violencia machista, se unían a la periodista con mensajes positivos, generando varios comentarios en la opinión pública, ya que una excolaboradora del Grupo Caravana hizo una denuncia sobre presuntos favores sexuales que pedían para poder trabajar en el medio de comunicación.

Aquella denuncia terminó en instancias legales en nuestro país, que anunciaban que se iniciarían indagaciones sobre lo sucedido en el conocido medio de comunicación.

Este y varios hechos de violencia de género sobre las periodistas demuestran que las profesionales, todavía deben demostrar su valor personal y profesional, muchas de las veces son infravaloradas y violentadas por la audiencia o por sus colegas, dándole más importancia y peso, a su imagen y figura que los años de estudio y preparación.

Medios de información como constructores de sentidos, estereotipos e imaginarios colectivos

Los medios de comunicación producen y generan que la sociedad replique conductas viéndolas como normal, los roles y la violencia que se generan sobre la mujer, no son comportamientos actuales, ya que desde épocas de la modernidad algunos sociólogos como Augusto Comte preservaban el papel exclusivo y único de la mujer como

“madre” y “esposa”, mediante la sumisión y domesticidad que debía tener ella, igualmente Guerra (1995) menciona que a la mujer se la margina de actividades intelectuales, simplificando su vida a los aspectos domésticos y de perfeccionar su única función, que es, la de educadora de la naturaleza moral de los hombres.

Todos los roles otorgados a la mujer eran fuera de los temas intelectuales y apegados a la vida únicamente de madre, de crianza y cuidado de la pareja e hijos, en aquella época, se reitera que la función de la mujer es complementaria a la del hombre, como planteaba Rousseau:

La mujer se halla naturalmente subordinada, y la transacción por la que pone en juego su presunta libertad, es sólo la diligencia que obtiene del varón para restaurar en la sociedad civil la subordinación a la que ya estaba obligada en el estado de naturaleza. (Calderón, 2005, p. 175)

La mujer fue sometida por el hombre en el sistema social, controlándola y predominándola con su poderío. Este proceso ha retrasado y limitado el acceso de la mujer en distintas áreas de la sociedad como por ejemplo en los medios de comunicación masivos desde el siglo XX, haciendo que los hombres ocupen principalmente estos espacios, teniendo el protagonismo de los contenidos relacionados a la ciencia, la historia y la investigación.

Los medios de información cumplen el rol de crear y reforzar aquellas ideas, que se instalan con éxito en el imaginario colectivo, ya que, al ser mediadores absolutos y fuentes esenciales de información, entretenimiento, conocimiento, tienen impacto social. “Estos medios de información, no son omnipotentes, sino que funcionan reforzando opiniones ya establecidas, instalando temas de agenda, actuando de manera propagadora, imponiendo temas de conversación” (Gamarnik, 2009, p. s/p).

Los medios informáticos tienen un papel y cumplen un rol sumamente importante en los procesos de identificación social, ya que son constructores de realidad, en donde representan y generan conocimiento entre grupos sociales, mediante la producción de significaciones que han ido creando discursos, mismos que están manifiestos en la cultura y que se aprecian en los medios de comunicación.

Industrias culturales han manejado probablemente modelos y patrones para que el resto de la sociedad copie estos modelos creados por los medios de comunicación para que esta idea de modelo se esparza en la sociedad y se implante como el modelo ideal sobre cualquier concepto sea; mujer, hombre, masculinidad, feminidad, lo que es bueno, lo que es malo, la belleza y otros factores que socializan en la actualidad. (Peralta, 2017, pp. 11-12)

Los medios de información definen roles, papeles y creencias en base a lo que deben realizar los hombres y mujeres, por lo que queda establecido una serie de indicadores para cada sexo, las actividades diarias y profesiones, que por años ha sido acaparado por el sexo masculino.

Así mismo, los programas de información y de entretenimiento han tomado los roles mediante la segregación entre femenino y masculino.

Programas masculinos (deportes, información) y programas femeninos (telenovelas, entretenimientos, talk shows), o en los medios gráficos, de igual forma, deportes e información para varones (sin consejos) y cocina, hogar, hijos, belleza, llenos de consejos y recetas para la mujer, que no sólo la reafirman en el estereotipo de dependiente, sino que parecen dirigirse a una mujer minusválida que necesita ser guiada y orientada. (Gil, 2011, p. 152)

Los medios de comunicación generan roles de manera sistemática y cotidiana a través del lenguaje machista, creando bromas de doble sentido a cerca de la mujer, sus capacidades, su cuerpo, mediante tonos despectivos, cosificándola y utilizando su imagen con fines comerciales. fragmentación entre lo real y lo ficticio en la naturaleza femenina y el cuerpo como única fuente de placer sigue manteniéndose como, la imagen de feminidad.

Aquella limitación se ha dado en todos los ámbitos de la comunicación como también en el ámbito deportivo, por ello:

El acceso de la mujer al ámbito deportivo, al igual que a otros ámbitos sociales, es tardío debido a múltiples causas, una de ellas por ser éste un ámbito exclusivamente masculino y del que se excluyó, casi siempre explícitamente a las mujeres por una serie de mitos y prejuicios ligados a su biología y a su rol social. (Flores, 2016, p. 19)

La exclusión que ha tenido la mujer ecuatoriana en el periodismo deportivo se ha dado por varios imaginarios que se sostienen de varias décadas atrás, en el que se pretende que, el deporte del fútbol es bien practicado únicamente por los hombres, por ello, el sexo masculino es el único que se le da bien esta plaza de trabajo en donde puede relatarlo, emitir comentarios, opinar acerca de ello y trabajar en el periodismo o entretenimiento deportivo.

Esto empeoran la situación de las periodistas deportivas, ya que ha sido de lucha constante desde hace varios años atrás, donde su situación es percibida a su imagen, a lo estético, y más no a sus años de estudio, tiempo de preparación y profesionalización, respondiendo a los constructos sociales que Adorno y Horkheimer hacen referencia en su teoría crítica, donde se menciona que los medios, ya sea televisión, radio, prensa y aterrizando en la actualidad, los medios digitales son los principales generadores de cultura.

Imaginarios colectivos y estereotipos de género

Desde la mirada de García Canclini estas ideas preconcebidas o construcciones sobre los roles que la sociedad ha ido otorgando a las mujeres que por años fueron establecidas, se describen como herramientas de los diferentes procesos culturales, donde se enfatiza la capacidad del individuo para crear imágenes sobre lo que aún desconoce, basado en su subjetividad y contexto. Desde esta perspectiva, se “remite a un campo de imágenes diferenciadas de lo empíricamente observable (...) los imaginarios corresponden a elaboraciones simbólicas de lo que observamos o de lo que nos atemoriza o desearíamos que existiera” (Gissi, Pinto, & Rodríguez, 2019, p. 130).

Estos imaginarios, concebidos como imágenes mentales socialmente construidas, revelan las percepciones de los seres humanos en su vida social, las convivencias

culturales, además de sus deseos, frustraciones y anhelos que, trabajan en respuesta a las necesidades humanas de conocer y comprender todo aquello que es desconocido para el ser humano como así, de completar los vacíos que han sido dejados por la aquella capacidad que tenemos de deducir, sobre de lo que nos rodea, y que se da de manera global. Aquella imposibilidad está dada por todas las características y demás elementos que nos hacen diferentes del otro.

Abordando en los imaginarios de género, Varios autores mencionan que son aprendidos desde las edades infantiles, las ideas y pensamientos son subjetivos y están en permanente renovación, por ello construyen la identidad de género y una percepción de este, que representa una realidad como los pensamientos, acciones y comportamientos que tienen las personas.

Para ahondar en los estereotipos se definen como las categorías cognitivas, ya sean los aspectos básicos como la percepción y la atención que los miembros de un grupo social ocupan con el fin de codificar toda la información que proviene acerca de otro grupo social o un grupo colectivo.

Entre estas categorías se ven implicados pensamientos, sentimientos que se tiene sobre los “otros” partiendo de las diferentes características que tienen los unos de los otros, simplificando su imagen, estigmatizándolos, de manera desacreditadoras, apartándola del grupo social que “normalmente” es visto.

Estos pueden ser negativos, positivos y neutros; marcan a las personas y muchas de las veces causan desigualdad y discriminación, dando lugar a los prejuicios, que son condicionantes, debido a una imagen mental creada por una persona en torno a otra a partir de su aspecto físico, nacionalidad, sexualidad, entre otros. “La definición dada por Lippmann del estereotipo como imágenes mentales (pictures in our heads) que poseemos sobre las personas para entender la realidad social que nos rodea” (Puertas, 2004, p. 135).

Según Lippman y otros autores, los estereotipos se manejan mediante las defensas de las posiciones personales y son replicadas en la sociedad, teniendo un efecto desorientador, intentando ver el mundo desde un modo rígido, preestablecido conjuntamente, los medios de comunicación son unos de los reproductores de estereotipos, mismos que se generan en la sociedad.

Los estereotipos se van formando a lo largo del proceso de socialización de las personas, las representaciones culturales, la cultura se hereda, nadie nace con estereotipos formados, todos son aprendidos; los padres, familiares, la escuela, son fundamentales en la construcción de cultura, pero las industrias culturales que son dados a través de los medios de información, manejan estos imaginarios, teniendo un rol sumamente fundamental en la construcción de estereotipos.

Los estereotipos de género se han ido construyendo y replicando en los modelos de la sociedad, lo que significa ser hombre y mujer, la autora Freixas (2001) establece que, las diferentes características que la cultura impone mediante el patriarcado y la subjetividad femenina, es la importancia de la belleza, la identidad de la mujer, que muchas de las veces están sujetas al amor, la maternidad y ser protectoras.

Mediante las relaciones sociales los estereotipos se van generalizando por preconceptos sobre características o atributos de las personas en los diferentes grupos sociales que pertenecen, ya sea a su etnia, sexo, edad, preferencia sexual, gustos musicales, tipos de vestimenta, en este caso el género atribuye a las mujeres y a los hombres actividades en función de su sexo. La autora Lagarde (1998) menciona que los estereotipos de género constituyen la base donde las personas manejan su propia efectividad y existencia a partir de categorías y códigos de identidad que han sido asignados mediante la cultura.

La masculinidad prepara a los hombres para dominar, tener poder, fortalezas y habilidades, rechazando y ocultando los sentimientos, moldeándose como sujetos insensibles. “Ser varón supone no tener ninguna de las características que la cultura atribuye a las mujeres, que se viven como inferiores (ser para otros, pasividad, vulnerabilidad, emocionalidad, dulzura, cuidado hacia los otros...)” (Bonino, 2000, p. 48).

El modelo que sociablemente se ha manejado de la masculinidad hegemónica implica carecer y negar las características y diferencias que la cultura ha atribuido sobre las mujeres. Los hombres y mujeres se van construyendo en función de las representaciones de la cultura; el género, que históricamente se han construido en base a ámbitos familiares, la escuela, y los diferentes espacios que las personas comparten,

desde la mirada sociocultural, en donde se va configurando los imaginarios, se estructuran y se ejecutan en la realidad.

El cuerpo, fundamentalmente constituye un referente sobre las cualidades diferenciales entre hombres y mujeres, los cuerpos, socialmente han sido expresados a través del arte, la cultura y los medios de comunicación, estructurando al cuerpo masculino en torno a musculatura, fuerza y potencia, mientras que el cuerpo de la mujer es visualizado en torno a la debilidad y delicadeza. En esta misma línea. Bourdieu (2000) hace mención, que la sociedad se va construyendo y formando a partir de la propia identificación y percepción que se tiene sobre el cuerpo, teniendo una realidad sexuada, que se va diferenciando en función a los elementos biológicos, cuerpo masculino y femenino.

Aquellas representaciones sobre masculinidad y feminidad en el imaginario, se han basado en generalización de hipótesis, que se guían sobre el género entre el presente y el siglo pasado, constituyen a la creación de herramientas socioculturales, las mismas que crean normas de la funcionalidad social y la estructura de los sujetos.

De allí surgen a que los comportamientos sean referentes a los estereotipos de género que la sociedad ha construido, que los niños jueguen con muñecas se considera algo “raro”, así mismo con los comportamientos, las conductas, las vivencias, los roles de hombres y mujeres y sus profesiones a lo largo de la historia se han manejado en función del sexo de los seres humanos.

El estereotipo tiene relación estrecha con el prejuicio, los mismos que tienen funciones defensivas que pueden surgir de las relaciones humanas, intergrupales y de las diferentes posiciones que los grupos ocupan en la estructura sociocultural. Estas ideas, expectativas de la sociedad, son ideas excluyentes; suponen modelos de feminidad y masculinidad en los medios de comunicación.

Es decir, se juzga, se emiten juicios de valor sin tener alguna información que sustente aquello, o sin conocer el entorno social del que se habla, haciendo mención en el periodismo deportivo femenino, la violencia y discriminación, traen consigo consecuencias graves en el diario vivir de las personas afectadas, mismas conductas se manifiestan en agresiones ya sean físicas, psicológicas y verbales, que se conocen como violencia de género.

De todos aquellos constructos sociales, imaginarios colectivos y prejuicios de género, surge el machismo que, se va definiendo como la forma de discriminar o menospreciar a la mujer, considerándola por debajo del hombre, también va fundada de ideas preconcebidas. Para Lugo (1985) el machismo se va definiendo como una cantidad de valores, conductas y actitudes, que se van caracterizando principalmente por el convencimiento sistemático y repetido de la masculinidad y como una aptitud y actitud única del hombre que mantiene cuestionamientos sobre su virilidad.

En las sociedades patriarcales, la población se ha organizado para que los hombres ejerzan poder sobre las mujeres en distintos ámbitos de la sociedad, ya sea de manera económica, política, social y cultural, dominando a la mujer, envueltos en medio de los imaginarios colectivos que se han ido formado y estabilizado desde hace varios años.

Mismos imaginarios colectivos y estereotipos también se han construido en base a la hombría y masculinidad que deben tener los hombres, ellos no quedan exentos de aquella problemática que la sociedad ha construido a cerca de ellos, su virilidad, poderío y dominación que deben mantener, así, se vuelven dominados por la dominación que tienen.

Bourdieu (1996), menciona que, de igual manera, los hombres son víctimas irónicamente de la representación dominante que tienen y por más que sean a su conveniencia de sus intereses, aquello logra adherirse en las estructuras de la sociedad, en la subjetividad de la mente de la gente, organizando como percibe, piensa y actúa el entorno.

Las sociedades han construido estereotipos, basándose en una visión generalizada y equivocada con relación a la mujer, este proceso se lo ha podido evidenciar en el periodismo nacional a través de la emisión de comentarios y bromas de tipo sexistas hacia a las mujeres en los medios de comunicación con el propósito de intimidarla.

A lo largo del tiempo se ha asociado el estereotipo masculino con valores como independencia, agresividad, competitividad, fuerza, y virilidad. Todos estos conceptos se asocian a patrones claramente masculinos. Mientras, a la mujer se la ha relacionado con conceptos como afectividad, dependencia, fragilidad y

preocupación por los demás. De ahí que la mujer suele aparecer representada casi siempre como subordinada a la figura masculina. (Flores, 2016, p. 20)

Estos estigmas y conductas sociales deben estudiarse e investigarse, para eliminar paradigmas y los diferentes comportamientos de discriminación existentes, que afectan a las mujeres en todo el entorno social. Los autores Torres, M., & Ochoa, R. (2021) mencionan que en Ecuador como al igual que en otros países, se les dificulta y se hace complicado a las mujeres conseguir una plaza de trabajo en el periodismo deportivo, ya que esta profesión históricamente ha sido acaparada por los hombres. Haciendo que estos constructos detengan el accionar de las mujeres en estos espacios. Aquellos estereotipos e imaginarios dividen a los profesionales del periodismo, donde culturalmente se ha visto y ha ido resignificando que las mujeres bonitas son presentadoras, pero únicamente de programas que tengan que ver con “la mujer, la familia, el hogar y la cocina”. Y si quiere presentar o ser partícipe de programas socialmente vistos como “masculinos” ella no es la protagonista, ya que siempre está siendo guiada por la imagen masculina. Según Piola:

“los intentos de no mostrar más de lo mismo igualmente proyectan una imagen fragmentada: o una mujer supersexy, o una supereficientísima madre o ama de casa, o brillante profesional /deportista etc., pero nunca una armoniosa conjunción de todos estos roles, reconociendo la heterogeneidad entre las mujeres y en cada una ellas”. (Gil, 2011, p. 152)

Los estereotipos de género en los medios de comunicación están ligados al mercado, ya que, la información al ser mercantilizada, el público banaliza e ignora aquellos constructos, dejándose llevar por las representaciones colectivas superficiales, los medios de información mediante los estereotipos definen roles, papeles y creencias en base a lo que deben realizar los hombres y mujeres, por lo que queda establecido una serie de indicadores para cada sexo, los estereotipos sexistas, van conjuntamente con la publicidad en los medios informativos.

En la actualidad las mujeres siguen inmersas en los estereotipos que la sociedad capitalista ha ido generando como: el machismo, la subordinación y la poca

participación de las periodistas en los espacios sociales. Torres, M., & Ochoa, R. (2021) mencionan que, aunque las mujeres están capacitadas para cumplir con las actividades y los roles que en la historia se han ido formando, los constructos sociales detienen el accionar de las mujeres en estos espacios y se ha ido incrementando la formación de los estereotipos en programas deportivos, donde son participes las periodistas femeninas afectadas de las conductas machistas y de subordinación, reluciendo los diferentes patrones sexistas, machistas y los estereotipos que dificultan más, la labor de las mujeres en esta área.

La construcción de estereotipos de género los establece como elementos presentes en la sociedad y que se componen principalmente por prejuicios hacia un sector de la sociedad en este caso las mujeres en el ámbito del periodismo deportivo, variable que responde a los estigmas y androcentrismo de género. (Franco, 2020, p. 64)

Por otro lado, la desigualdad que generan los estereotipos en los medios de comunicación también se ven reflejados en los puestos de trabajo, el espacio público, buscando conservar este orden simbólico del machismo, ya que, al tener la capacidad, potencial de manipular a las masas, y además de ser generadores de estereotipos, que han influido de gran manera en la sociedad, ayudan a la formación de imaginarios colectivos, que tienen la capacidad de construir sociedades que replican acciones a las siguientes generaciones en forma de actitudes machistas.

Periodismo Deportivo Femenino y Medios de Información en Ecuador

Los estereotipos han hecho que las periodistas femeninas al intentar ejercer su profesión sean trasladadas a cubrir otro tipo de deportes, como la danza, el patinaje, gimnasia, donde la mayoría de las protagonistas son deportistas femeninas, el fútbol y los demás deportes socialmente vistos como “masculinos” ha sido dominado por los hombres.

Se normaliza el machismo y los estereotipos de género cuando se ocupan en la vida pública, privada de las periodistas, y en el fútbol, actividad que ha sido masculinizado.

Marya Ubidia, periodista deportiva, mencionó que la mujer ha ido tomando el rol de linda “son muy pocas las mujeres que son respetadas y tomadas en cuenta para realizar las mismas tareas y labores en el ámbito deportivo” (Peralta, 2017, p. 15). Comúnmente la mujer en los medios es representada y tiene un claro apego a los estereotipos implantados socialmente, alejándola de la oportunidad de opinar e informar temas relacionados al fútbol.

Aquel rol de la mujer que quiere ejercer en el periodismo deportivo llega llena de prejuicios, a cumplir estándares estéticos o patrones de belleza que ha sido impuesta por los mass media o la sociedad, estereotipos impuestos de asociar al deporte, mujeres de rostros bellos, cuerpos exuberantes y jóvenes. La cultura de fútbol viene envuelta de estereotipos y machismo, la imagen varonil impone sobre temas relacionados al fútbol mientras que la figura femenina es en torno a la publicidad o imagen del espacio, y si se habla de temas deportivos, la credibilidad es muy cuestionada, dificultando la labor de las profesionales.

De igual manera se ha evidenciado en programas deportivos, ya sea que cuenten o no con la participación de periodistas femeninas, que se han emitido comentarios machistas, sexistas y de igual manera acoso, que han sido transmitidos en vivo y se han viralizado en redes sociales, aquellas conductas machistas por medio de comentarios, burlas sexistas, mensajes de doble sentido, las periodistas pasan a ser cosificadas y violentadas por parte de compañeros de trabajo, el público y los mismos deportistas, que se ven envueltos en estos estereotipos e imaginarios sociales, sobre la mujer que trabaja en el periodismo deportivo.

Ninguno de estos estereotipos debería interrumpir ni excluir la participación femenina en programas deportivos, las profesionales, deben sobresalir en este capo laboral sin problema, para que la audiencia y el público en general visualicen que existe igualdad de condiciones en el área laboral para hombres y mujeres, libre de estereotipos y prejuicios.

A pesar de la gran problemática en la que se ven mayormente afectadas las mujeres, periodistas deportivas su preparación y superación en Ecuador ha sido abismal, cada vez se ve a mujeres ocupando, trabajando y ejerciendo cargos que años anteriores eran vistos “únicamente para el sexo masculino”. Aun así, siguen latentes y quedan rezagos

del desencadenante problema del machismo, donde la mujer sigue siendo discriminada y acosada en el ámbito laboral, desplazada por el sexo masculino, mismo que ha sido el único beneficiado.

Por ello, el ámbito laboral la discriminación de género se ha visualizado en el ingreso laboral de mujeres ecuatorianas “en diciembre de 2016 el ingreso laboral promedio de las mujeres fue de \$287,18 mientras que el de los hombres fue de \$367,7, lo que representa una relación del primero con el segundo de aproximadamente el 78 %” (Benitez & Espinoza, 2018, p. 1).

Aunque existen políticas públicas para evitar aquella discriminación, también la Ley Orgánica de Comunicación (2013) y en la última modificación de la reforma, en el artículo agregado por el artículo 29 de Ley No.0 publicada en el Registro Oficial de 20 de Febrero del 2019, se menciona que la nómina de trabajadores se debe llevar con igualdad o semejanza y equidad de género, entre hombres y mujeres, manejando una interculturalidad, con igualdad de condiciones, oportunidades y generando participación para todos y todas. Se evidencia que, no se cumple aquella ley en muchos espacios, quedando rezagada por los prejuicios sociales que amplían la brecha de discriminación, que se ha ido presenciado desde hace varios años en Ecuador.

Las leyes ecuatorianas en los medios informáticos o de comunicación y aterrizando en los programas deportivos, donde se ven reflejado estos tipos de discriminación, son los que deben promover la equidad y el valor personal, alejándose de los constructos que existen hacia el sexo femenino y más sobre aquellas que incursionan en el periodismo deportivo.

Aun así y pese a los incumplimientos de la ley, varias periodistas femeninas han ido incluyéndose en los medios de comunicación, demostrando que con educación, profesionalismo y preparación han llegado a ocupar aquellos puestos de trabajo que por décadas han sido excluidas.

Por ello, todavía es un reto que las mujeres tengan la misma participación en programas deportivos que los hombres, aún se visualiza una exclusión y una gran cantidad de estereotipos de género y violencia que sufren las mujeres en estos espacios y en los medios, dificultando la labor de las mujeres.

Metodología

En cuanto a la metodología se trabajó mediante el paradigma sociocrítico, mismo que tiene su fundamento en la teoría crítica en donde se menciona que, las personas y los objetos se constituyen en la sociedad, ya que son analizados dentro del contexto cultural y social donde se encuentren insertos.

Se centra en la teoría crítica, misma doctrina de pensamiento que se funda de la crítica al Marxismo, desarrollada por la Escuela de Frankfurt, por Adorno, Benjamin y Horkheimer, centrándose en la evaluación reflexiva, crítica de la sociedad, con el fin de obtener y revelar las estructuras de poder que generan cultura.

En este caso, los medios masivos, la televisión, la radio, la prensa y aterrizando en la actualidad, los medios digitales son los principales generadores de cultura en la sociedad, según lo que plantea Theodor Adorno y Max Horkheimer, por ello y abordando la temática fue pertinente centrarse en la teoría crítica mediante el análisis del discurso.

Ambos posibilitan obtener una mayor interpretación de los discursos emitidos en el programa deportivo, adquiriendo una reflexión sobre aquellas conductas, actitudes y estereotipos, problemas sociales, culturales y económicos, que por muchos años se han ido construyendo, especialmente en el periodismo deportivo, que ha sido espacio y lugar concurrido mucho más por periodistas masculinos.

La investigación es de carácter descriptivo, con un enfoque cualitativo, para poder determinar discursos de violencia y machismo dentro del programa deportivo “Esto es fútbol”. Se ha realizado el análisis crítico del discurso, a través de la elaboración y el uso de la matriz, que permite evidenciar los significados de los mensajes implícitos y explícitos, donde se identificaron 10 programas que se emitieron en la plataforma digital de YouTube, en el canal deportivo “Marca 90”, del programa “Esto es fútbol”. Se empezó analizar desde el programa del 6 de agosto de 2021 que fue tendencia en redes sociales en donde se acosaba a la periodista Nadia Manosalvas en vivo. Posteriormente se analizaron 9 programas más, los más destacados desde la fecha de enero del 2022 hasta noviembre del mismo año, además, 5 programas en donde

participaban periodistas femeninas y 5 en donde únicamente existía participación de periodistas masculinos.

Se inició con la descripción de los resultados de las matrices y posterior se expusieron los resultados unificados en una sola matriz que simplificó toda la información de las 10 matrices.

La matriz utilizada fue obtenida de (Browne, Del valle, Silva, Carvajal, & Inzulza, 2011, p. 30) y se utilizó una estructura que fue guiada por el autor Van Dijk con el análisis crítico del discurso, siendo: “El estudio de las formas de reproducción del poder político, la dominación o el abuso de poder mediante el discurso político, incluyendo las diversas formas de resistencia o las muestras-de-poder contra tales formas de predominio discursivo” (Van-Dijk, 1999, p. 10).

Para ello, se utilizó una matriz guía para sustentar el análisis de la investigación, para analizar el discurso, del programa, la matriz aplicada, se basaba en estrategias metodológicas de Teun Van Dijk, denominada análisis crítico del discurso, mismo que permite en clarificar los mismos.

El análisis crítico del discurso es un método que complementa el proceso de obtención de información y mediante el cual, se logró conocer ciertos estereotipos e imaginarios colectivos que, por medio de la comunicación y el lenguaje, permiten aclarar los discursos estereotipados del medio de comunicación, y profundizar en los diferentes pensamientos que las personas tienen. Además de comprender, los diferentes estereotipos de género, el machismo y sexismo que maneja el programa deportivo, así como sus criterios, las posiciones sociales y culturales.

Esta matriz, matriz obtenida de (Browne Sartori & Castillo Hinojosa, 2013) facilitó el estudio de los discursos, sintetizando lo más importante, y comparando los discursos emitidos mediante el lenguaje en el programa y sus términos de la representación sobre la realidad. ya sean sobre palabras o frases que cargan contenido sexista o machista

La matriz se dividió en 4 niveles, que son presentados en dos planos:

Plano significado/ texto	Nivel temático: significados globales
	Nivel de significados locales: De carácter implícito o indirecto De carácter explícito o directo
Plano formal/texto - contexto	Estructuras formales sutiles
	Nivel contextual

Ilustración 1 Fuente: elaboración de (Browne Sartori & Castillo Hinojosa, 2013)

La primera fase **Plano significado Texto**, se ubica el nivel temático, aquí es donde se identifica que temas son los que va tratando el programa, y cómo los temas se van llevando a cabo y se lo realiza a modo de un resumen.

La segunda fase corresponde al nivel de los **significados locales**, aquí es donde se analizaron los discursos emitidos en los programas deportivos, mediante el significado preciso de las frases o palabras. El nivel se divide en significados locales de carácter implícito o indirecto, lo que quiere decir, que en el programa aquellos discursos no son expresados de manera evidente, por lo que es necesario, relacionarla con su significado original, aquí es donde se encuentran, por ejemplo: sátiras, bromas de doble sentido, humor negro, hipérboles, alusiones. Estos significados, no son mencionados directamente, y se presupone que mediante los imaginarios que ya están contruidos, se deduzcan los discursos.

Mientras que los significados de carácter explícito o directo, se manifiestan de forma evidente, son expresadas con claridad en los discursos, esto permitió conocer que o cuales palabras o frases son las más utilizadas por el medio de comunicación en los programas emitidos, ya que aquellos mensajes conllevan implicaciones ya sean de carácter sexista o machista.

El segundo plano es el **formal /texto-contexto**, se divide en estructuras formales y sutiles y en el nivel contextual, en lo sutil se va indicando cómo funcionan los aparatos ideológicos de los discursos, como se construyen los modelos de dominación, es decir los hechos que no se perciben, debido a la sutileza que se maneja, por lo que se puede descubrir aparatos ideológicos machistas o sexistas invisibles.

Y por último el **nivel contextual**, donde se investigan las construcciones y representaciones mentales que se han ido asentando desde lo histórico, económico, político y social, vinculando al discurso y la cultura como lo menciona Teun Van Dijk (2001).

La matriz, mediante el sistema de desglose de la información, permite conocer los significados globales y las variables de manera implícita, es decir en el programa no se expresan los significados de carácter sexista o machista de manera clara y es necesario analizarlos, mientras que los significados de carácter explícito, se dan de manera evidente y están expresados en el discurso, lo que facilita a la investigación ya que la mayoría de los estereotipos, son implícitos, mediante el lenguaje y las construcciones que se le ha hecho al mismo, como en discursos de doble sentido, humor, chistes.

De igual manera, (Browne, Del valle, Silva, Carvajal, & Inzulza, 2011) mencionan que los significados explícitos e implícitos, las estructuras sutiles y representaciones mentales, que comprenden las reproducciones que los medios informáticos hacen por medio de los discursos.

Es por esto que la matriz, facilitó la investigación sobre los estereotipos, el machismo y la información utilizada mediante el análisis del discurso para obtener el significado preciso de aquellas frases o palabras que son de carácter machista que se han ido construyendo mediante los imaginarios de las personas y la cultura, muchas de las veces se ven cubiertas por bromas, que pasan desapercibido en dicho programa deportivo.

Esto permitió analizar los discursos de violencia y machismo dentro del programa deportivo “Esto es fútbol”, clasificando qué o cuáles palabras denotan y son de constructos de estereotipos discriminatorios y sexistas. Mediante el lenguaje emitido y el significado concreto de las palabras.

De igual manera, para complementar la información recabada del análisis crítico del discurso, se realizaron 4 entrevistas semiestructuradas a profesionales, periodistas mujeres que hayan laborado o incursionado en el periodismo deportivo, de la televisión, radio y programas on - line.

Para las entrevistas se realizaron un banco de preguntas, con el fin de conocer los criterios y puntos de vista de las profesionales, donde se realizaron cuestionamientos correspondientes y explícitos sobre la temática del estudio, además sobre aspectos de la profesión, o sea, en el periodismo deportivo, con el fin de indagar sobre los estereotipos, los efectos y consecuencias que ha tenido estos en su ámbito personal y laboral.

La primera periodista deportiva entrevistada fue Mabel Basantes, licenciada en Comunicación, actualmente ejerce el periodismo deportivo, cuenta con 5 años y más de experiencia en el periodismo deportivo, trabaja en “Área Deportiva” una de las principales radios del país.

La segunda entrevistada fue Analí Vasco, licenciada en periodismo, actualmente trabaja como presentadora de la transmisión televisiva “Los reyes de las mañanas” y en el programa “fanático” del medio de comunicación público “Ecuador tv”.

La tercera entrevistada fue Ámbar Bolaños, gestora deportiva, actualmente labora en el VAR (Video Assistant Referee) technology, en el área de logística y también se desempeña en el área de marketing del Club Deportivo Quito.

Michelle Corella fue la cuarta entrevistada, ella es comunicadora social, actualmente, se encuentra laborando en el área de relaciones públicas y jefe de prensa en el Club Deportivo Universidad Católica.

Finalmente, el análisis de análisis del discurso de los 10 programas, se han unido en una sola matriz, mismos resultados obtenidos se detallan y se evidencian a través de las entrevistas realizadas a las periodistas deportivas, que fueron revisadas de manera individual. Y sucesivamente se ha alcanzado las conclusiones de la investigación, donde se revelan los hallazgos del estudio y se ha podido dar respuesta a la pregunta de investigación planteada.

Resultados

Mediante el análisis crítico del discurso y la unión, descripción de las 10 matrices en una, mediante la interpretación se pudo recabar que, en la primera parte de la matriz, en las observaciones, se analizaron los títulos de los programas y las portadas en

miniaturas de YouTube, que, la mayoría contienen mensajes o frases llamativas con la finalidad de crear titulares clickbait, para que el público ingrese al video, a través de la curiosidad que causan las imágenes o frases amarillistas.

Para el primer nivel de **significado temático: significados globales** el programa “Esto es fútbol”, presenta un lenguaje informal. No hay libretos, ni guiones, cada uno de los panelistas participa a su modo, de igual manera existen interrupciones y diferentes expresiones que se utilizan mediante insultos o groserías.

Se ve envuelto en comentarios y debates específicamente sobre el fútbol bordando temáticas sobre el campeonato ecuatoriano, enfocándose mayoritariamente en el equipo Barcelona Sporting Club y el Emelec, además de equipos que tienen poca participación en el programa como el Independiente del Valle y Liga de Quito.

El programa trata temas como: contrataciones, directivas, jugadores y campeonatos nacionales o internacionales como: Copa Sudamericana, Libertadores, y la travesía de la Federación Ecuatoriana de Fútbol en las eliminatorias y la clasificación en el mundial. Además de anécdotas y travesía de los periodistas en los diferentes eventos deportivos.

Los programas inician con la presentación y el saludo de cada uno de los panelistas, de allí rápidamente se aborda la temática sobre la que va a tratar el programa, mientras va transcurriendo el programa, se va transmitiendo la publicidad de varios productos o servicios, que, al dar entrada, son mencionados con sátira y a manera de burla, se sexualizan los productos, realizando comentarios y bromas de doble sentido, y se concluye el programa con la despedida.

El siguiente nivel de **significados locales:** mediante el análisis de los discursos implícitos y explícitos, se determinó que el programa maneja estereotipos de género a través de comentarios sexistas y machistas, manifestados a través de frases, bromas y humor que se hacen entre los panelistas, además se evidenció groserías en todos los programas analizados.

La violencia y los estereotipos de género pasan a ser mensajes de carácter implícitos, aquí, se notaron una parte de las construcciones sexistas y machistas de los programas analizados, en la mayoría de los programas se habla sobre la infidelidad y burdeles, haciendo mención a asistir a aquellos lugares, con el fin de conseguir la aprobación

de “hombría”, de igual manera la utilización de frases de carácter sexual, que tienen doble sentido; se lo toman de manera de humor, en el caso de la publicidad, el producto “Prostaeros”, que ayuda a mantener saludable al sistema reproductor masculino y a la próstata, sirve en varios programas como medio para iniciar comentarios sexuales.

Los significados de carácter explícito o directo, son los que se evidencian y se ven reflejados en comentarios y mensajes desde las construcciones de los sustantivos que son usados a modo de groserías, relacionados a los aparatos reproductores femeninos, En consecuencia, con este análisis del discurso se permitió deducir que existen comentarios sexistas y machistas dentro del programa deportivo, que son expresadas a través de contenidos ideológicos o pensamientos de cada uno de los panelistas, a forma de bromas, chistes y frases de doble sentido. Se sexualiza y se cosifica a la mujer periodista con comentarios sobre su cuerpo, figura y estado civil; “quiero una vueltita suya” (Marca 90, 2022)

De igual manera las periodistas mantienen poca participación sobre los demás panelistas masculinos. Así lo menciona de la misma forma Mabel Basantes en la entrevista sobre los estereotipos y el machismo en programas deportivos “se hacen comentarios sexistas y machistas (...) se ha minimizado o normalizado muchas cosas que se deberían cortar de raíz (...) por ejemplo, desde un comentario obsceno. Un comentario acosador sexualizado, que haga referencias a tu cuerpo”. (Basantes, 2022)

Otro tipo de violencia que se visualiza es cuando emiten su opinión las periodistas, y si los demás panelistas no están de acuerdo, son interrumpidas desvalorizando su opinión, además se utiliza la frase “a ver mamita que significa” (Marca 90, 2022) con el firme propósito de desvirtuar, desmerecer, posicionando la imagen masculina sobre la femenina. Así lo menciona Analí Vasco, periodista entrevistada mencionó que, los estereotipos en el periodismo se dan “cuando te tratan de minimizar sin tomar en cuenta tu criterio, tu información. Cuando dicen que, bueno, cualquier cosa, cuando tu aporte no es tal, cuando menosprecian tu valor como periodista por el hecho de ser mujer” (Vasco, 2022)

También se evidencia que el programa maneja roles de género, las mujeres periodistas, tienen la función de decorar el set con su belleza, y al momento de querer opinar o

tratar la temática sobre fútbol al igual que sus compañeros, son relegadas y su opinión no es valorada. Michelle Corella en la entrevista realizada sobre estereotipos afirma:

“les ponen a ellas como por pantalla, nada más para llamar la atención, no porque les dan en verdad protagonismo a las mujeres de su trabajo, lamentablemente si se sigue viendo la mujer como imagen, más que inteligencia más que cualquier otra cosa”. (Corella, 2022)

De igual manera las bromas sobre los miembros reproductores masculinos y femeninos, como también sobre las relaciones sexuales y la virilidad del hombre, como ejemplo: “Vito Muñoz no tiene mujer hace 2 años por eso viene a botar la adrenalina” (Marca 90, 2022) son algunos de los comentarios analizados en el programa, mismos que refuerzan estereotipos en donde, se ven sometidas y violentadas las mujeres, a través de aquellas conductas por parte de la imagen masculina en los programas.

El análisis ha hecho que se pueda responder a la pregunta de investigación y que la hipótesis se ha confirmado en la base al análisis de datos obtenidos que nos dicen que: El incremento del rol y participación de las mujeres en programas socialmente vistos como “masculinos”, se siguen visualizando cada vez más actitudes machistas y micromachistas generando violencia y naturalizado actitudes en televisión nacional o en redes sociales.

De igual manera en un programa, el periodista, dice: “Verdaderos periodistas deportivos, varones, sacrificados” (Marca90, 2022). Haciendo mención a un comentario machista, estereotipado, intentando abducir que las mujeres periodistas no son verdaderas, ni mucho menos sacrificadas”

A grandes rasgos, se puede notar que predomina la figura protagónica del periodista masculino en el programa deportivo y en cambio, la poca participación en los momentos de debates de las periodistas femeninas, también se evidenció que la periodista encargada de la publicidad, al finalizar con las pautas publicitarias, sale del set de grabación, abduciendo que su única función es la representación del producto y de su imagen, así como lo resalta en su entrevista Analí Vasco: “cuando te minimizan, no toman en cuenta tu criterio, cuando tu aportas y no creen que sea aporte, cuando menosprecian tu valor como periodista solo por el hecho de ser mujer” (Vasco, 2022).

En cada programa se presentan comentarios machistas y sexistas, independientemente de que exista o no periodistas femeninas, de igual manera para dar paso a la publicidad sobre el producto “Prostaeros” que ayuda al sistema reproductor masculino y la próstata, se da inicio con comentarios machistas, sobre la erección, la necesidad de utilizar para mantener relaciones sexuales, además de bromas homosexuales que se realizan entre los panelistas masculinos. Es muy común escuchar groserías en el programa, por parte de los panelistas, así como también de los efectos de sonido, que tienen cargados mensajes violentos.

En programas donde participan únicamente periodistas masculinos, se presentan en menor cantidad comentarios machistas y sexistas; los programas que cuenta con la participación de periodistas femeninas se evidencian que existen más comentarios machistas, sexistas, además de doble sentido, sarcásticos y sobre los cuerpos de las periodistas.

En el presente análisis del discurso se detallan los significados implícitos y explícitos con más connotación machista y sexista que se han emitido en los diferentes programas deportivos:

²¹ Nivel de significados globales. De carácter implícito o indirecto:	
1) “Va a ver gata Teresa” 2) “Vito Muñoz no tiene mujer hace dos años por eso viene a botar la adrenalina acá” 3) “ Empieza el año goleando como un campeón con prostaeros” 4) “ Una capsula de prostaeros y levanta ese muerto”	1) En una calle popular en el centro de Guayaquil existía un burdel con aquel nombre 2) Hace referencia a que el periodista al no estar con ninguna mujer y al no tener relaciones sexuales ya más de 2 años, toda la adrenalina que tiene la está guardando y explota fácilmente en el programa, teniendo mal carácter. 3) Hace mención de empezar el año teniendo relaciones sexuales y aquello convertirá a la persona en campeón. 4) Con una cápsula de aquellas pastillas, erecta el miembro reproductor masculino.

<p>5) “Quiero pedirle una vueltita”</p> <p>6) “Como a cajón mal cerrado dale”</p> <p>7) “Toma de a dos para que en San Valentín no te cuerneen, toma prostaeros”</p>	<p>5) Que la periodista mediante un giro en el propio eje indique su cuerpo, con el afán de que los demás lo vean como sinónimo de un objeto.</p> <p>6) Significa darle con fuerza a algo o alguien, ya que cuando un cajón está descuadrado, generalmente se la da muy duro para cerrar. Se ha tomado esta expresión para referirse a las relaciones sexuales.</p> <p>7) Ingerir 2 pastillas de prostaeros, haciendo referencia a que, tomando las pastillas, va a durar más en las relaciones sexuales, y por ello no le van a ser infiel</p>
<p>8) “Ya si su novio va a necesitar prostaeros cambie de novio pocho a Mayrita”</p> <p>9) “cachudo”</p> <p>10) “Aquí está la mama, la mamá del futbol en el buen sentido con acento en la a, no sin acento”</p>	<p>8) Se hace referencia a que, si el novio tiene disfunción eréctil y necesita tomar prostaeros, el hombre no sirve.</p> <p>9) Que ha sido engañado/a por su pareja actual.</p> <p>10) Mama sin el acento, es el órgano glandular de las hembras en los mamíferos, que produce la leche, queriéndose referir aquí están las “tetas” mujeres del fútbol.</p>

Matriz obtenida de: (Browne Sartori & Castillo Hinojosa, 2013), significados globales explícitos e implícitos de: (Marca90)

Tabla 1 Elaborado por Valerie Márquez

Significados globales	
De carácter explícito o directo	
<p>1) “Cállate chucha, cállate sonido”</p> <p>2) “Están hablando huevadas”</p> <p>3) “Verdaderos periodistas deportivos, varones, sacrificados”</p>	<p>1) Forma de hacer que otra persona se quede callada y “chucha” en Latinoamérica en regiones del Ecuador se conoce al aparato reproductor femenino, transformando en insulto.</p> <p>2) Huevada hace referencia a sucesos irrelevantes, erróneos o sin interés</p> <p>3) Hace referencia a que los hombres son los únicos aptos para trabajar en el periodismo deportivo, haciendo énfasis en varón, hombre que ha llegado a la edad viril.</p>
<p>4) “El programa se pone más bueno de lo que está, viene Nadia Manosalva a entregar premios”</p> <p>5) “Canessa que hace usted para estar tan buena hacia Nadia”</p> <p>6) “Usted cree que podemos hablar de los precios de Barcelona, ¿luego de escuchar que usted dice que quiere ponerse lencería el fin de semana? Ya queda uno desconcentrado”</p> <p>7) “Bueno si uno queda desconcentrado”</p>	<p>4) Hace referencia a que se pone bueno por lo que llega la periodista, misma que bajo los estereotipos está guapa, con cuerpo delgado.</p> <p>5) Como hace para tener ese lindo cuerpo, figura delgada con senos y nalgas voluptuosas, y cara bonita.</p> <p>6) Sexualiza y cosifica a la periodista, mencionando que queda desconcentrado imaginándola a ella en ropa interior.</p> <p>7) Hace referencia a que la periodista por el simple hecho de estar frente a ellos los desconcentra por su cuerpo</p>

<p>8) “<u>Deshuevate</u>”</p> <p>9) “Tú eres un hipócrita, cada que llega Nadia. Haces así (agacha la cabeza) porque te pegan en la casa hipócrita, ella puede estar a lado tuyo desnuda que tu ni te inmutas, eres un caballero”</p> <p>10) “A ver mamita que significada ser gerente”</p>	<p>8) Significa volverse una persona más capaz y entendida, dejando el carácter asustadizo y temeroso.</p> <p>9) Quiere decir que cada que la periodista llega, él es el único que no la cosifica, ni ve su cuerpo con morbo, porque tendrá problemas en la casa con su pareja, haciendo referencia a que no es hombre por no ver a la periodista.</p> <p>10) Menciona de una manera burlesca “mamita” haciendo referencia al sarcasmo, como si no entendiera, además, busca desacreditar a la periodista preguntándole si</p>
<p> </p>	<p>conoce el significado de la palabra gerente</p>
<p>11) “Entra Nadia (Ayayay)”</p> <p>12) “Él tiene un problema de onanismo”</p> <p>13) “silencio chucha”</p> <p>14) “no le deja acabar a la dama”</p>	<p>11) Al momento de que ingresa la periodista, los efectos de sonido hacen referencia a silbidos y la expresión ayayay sirve para expresar diversos sentimientos, especialmente los de aflicción y dolor. En este contexto se utiliza para referirse al cuerpo de la periodista, que está duro, lindo, voluptuoso.</p> <p>12) Onanismo hace referencia a la masturbación, se maneja como insulto y grosería ya que al no tener una pareja sexual se acude a la masturbación.</p> <p>13) Se refiere a la parte externa del aparato reproductor femenino, se utiliza como insulto y para hacer callar a alguien.</p> <p>14) Hace referencia a la eyaculación</p>

Tabla 2 Elaborado por Valerie Márquez (2022)

Matriz obtenida de: (Browne Sartori & Castillo Hinojosa, 2013), significados globales explícitos e implícitos de: (Marca90)

En el formal/texto-contexto todos estos constructos que se manejan en los programas son sutiles, mediante una ideología sexista, machista y violenta invisible, a través del lenguaje, de la normalización del mismo, por lo que se afirma “al transmitir, el lenguaje refuerza los estereotipos, lo que hace que se mantengan las relaciones jerárquicas y de subalternidad” (Valarezo, 2015, p. 12). Por ello en los programas los comentarios son tomados a forma de bromas y chistes por parte de los periodistas, de igual manera se colocan sonidos de risas, con el objetivo de plasmar a la audiencia y dar el significado de comicidad, al momento de violentar a la mujer con preguntas o frases sobre su cuerpo, se lo maneja de una manera romántica o con el propósito de halagar la belleza de la mujer, de llegar al público mediante la publicidad, se hacen comentarios personales y fuera del contexto deportivo.

Y por último el **nivel contextual**, se va definiendo sobre las construcciones y las representaciones mentales que tenemos sobre aquellas actitudes y conductas que visualizamos en los programas deportivos, a través de nuestra cultura, nuestro diario vivir, los estereotipos son normalizados y tomados como humor.

Conclusiones

Al haberse comprobado la hipótesis mediante el análisis del discurso, la investigación demostró que, los medios de comunicación son los principales generadores, creadores y reproductores de los constructos y estereotipos que se tiene acerca de la mujer en el periodismo deportivo, ya, que el fútbol al ser uno de los deportes más populares, las audiencias de aquellas producciones deportivas, son influenciadas por aquellos discursos violentos, machistas y discriminatorios que son propagados en las mismas.

Dentro de los programas deportivos se establecen estereotipos de género, donde las profesionales, deben cumplir con los estándares de belleza que se han impuesto en la sociedad, el rostro, el cuerpo, la vestimenta, así como también los roles impuestos, sobre la dominación y el dominado, además, este tipo de periodismo tiene como base

el humor, lo cómico, las groserías por parte de los panelistas, la violencia, machismo y sexismo, vienen disfrazados de humor, con lo cual se discrimina a las periodistas deportivas.

El periodismo deportivo sigue siendo espacio de dominación masculina, las periodistas en cambio son relegadas a ocupar roles inferiores de esta profesión, Los patrones sexistas y machistas son normalizados, a través de comentarios sexistas, homofóbicas y misóginas, además de sarcasmos de doble sentido de carácter sexual, muestran la naturalización de este lenguaje; la burla y el humor negro, los patrones de rechazo hacia las periodistas, son sujetas a conductas, actitudes violentas y discriminatorias que son transmitidas por los mismos medios de comunicación y replicadas dentro de la sociedad, ayudando a incrementar y replicar aquellos discursos discriminatorios, descalificadores, normalizando la violencia sobre las mujeres, reforzando estereotipos y prejuicios.

Si bien es cierto, la participación periodística en espacios que socialmente eran establecidos para hombres ha ido incrementando de profesionales femeninas, no por ello ha disminuido la violencia de género, todavía es un hecho que se normalicen estas actitudes. El periodismo en la actualidad debería acoger a las minorías, llenarlo de diversidad cultural para que todos puedan ser partícipes alejados de los estereotipos, para así poder consolidar un periodismo sin violencia, ni machismo, desnaturalizando aquellas conductas, actitudes y mensajes, violentos, donde se evidencia discriminación de género, para así poder surgir como una nueva sociedad, equitativa, libre de violencia.

No está bien que sólo cuando un hecho discriminatorio o violento hacia a la mujer, se vuelve viral o de dominio público entonces ahí, si se proceda a ejecutar las leyes de comunicación, mientras que las mismas actitudes o conductas de un mayor peso o gravedad que no se han viralizado, queden impunes, haciendo que aquellas conductas se vuelvan normales.

Esto demuestra la poca empatía que tienen las productoras y los medios de comunicación al seguir abandonando su responsabilidad en primera instancia como ciudadanos y también como comunicadores, capaces de poder generar discursos críticos, sumarse a la ayuda de problemas sociales, sensibilizándose por la situación

de las minorías, en este caso, sus propias colegas periodistas, dejando de lado el dinero y el rating. Por otra parte, las leyes de comunicación en Ecuador deberían ser más estrictas al momento de sancionar y ejecutar, sobre los infractores, con el fin de poder disminuir y eliminar programas que tengan gran contenido violento que están explícitos o implícitos, que se reproducen en los medios de comunicación.

Como se mencionó los estereotipos se van construyendo en la sociedad, por ello es sumamente importante intentar prevenir la violencia de género desde lo micro a lo macro, empezando desde la familia, que es el núcleo más importante y creador de aquellos estereotipos, de ahí pasar a las escuelas y colegios, seguir incluyendo a la mujer en los ámbitos de la sociedad, con el fin de ir rompiendo los roles sociales que se han impuesto sobre mujeres y hombres, para así poder crear y vivir en una sociedad libre de estereotipos de género.

Referencias

- Basantes, M. (15 de Noviembre de 2022). Entre lo visible y no visible de las periodistas en programas de fútbol. Estudio de caso "Esto es fútbol". (V. Márquez, Entrevistador)
- Benitez, D., & Espinoza, B. (6 de Marzo de 2018). *Discriminación salarial por género en el sector formal en Ecuador usando registros administrativos*. Obtenido de Ecuador en cifras: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Discriminacion_salar_por_genero_sec_for_Ecu.pdf
- Bolaños, Á. (17 de Diciembre de 2022). Entre lo visible y no visible de las periodistas en programas de fútbol. Estudio de caso "Esto es fútbol". (V. Márquez, Entrevistador)
- Bonino, L. (2000). *Varónes, género y salud mental: deconstruyendo la normalidad <masculina>*. Obtenido de Repositorio Universidad Autónoma de Ciudad Juárez: <https://bivir.uacj.mx/reserva/documentos/rva2006176.pdf>
- Bourdieu, P. (1996). *La dominación masculina*. Obtenido de Revista de Estudios de Género, La Ventana E-ISSN: 2448-7724, (3), 1-95.: <http://revistalaventana.cucsh.udg.mx/index.php/LV/article/view/2683/2436>
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Obtenido de Repositorio no más violencia contra las mujeres: <http://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/wp-content/uploads/2015/09/Bondu-Pierre-la-dominacion-masculina.pdf>
- Browne Sartori, R., & Castillo Hinojosa, A. (2013). *Análisis crítico del discurso de la representación intercultural en la prensa chilena*. Obtenido de Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, 20(62), 45-69.: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10525851010>

- Browne, R., Del valle, C., Silva, V., Carvajal, J., & Inzulza, A. (2011). *Propuesta teórico-metodológica para un análisis crítico y complejo del discurso (ACCD) en la prensa de Chile y Perú. El ejemplo de "La Cuarta" y "Ajá"*. Obtenido de Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 17(1), 17-42.: https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2011.v17.n1.1
- Calderón, F. (2005). *La mujer en la obra de Jean Jacques Rousseau*. Obtenido de Revista de filosofía, 30(1), 165-177.:
<https://revistas.ucm.es/index.php/RESF/article/download/RESF0505120165A/9577/0>
- Comunicación, L. O. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Obtenido de Obtenido del repositorio de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/>:
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Corella, M. (20 de diciembre de 2022). Entre lo visible y no visible de periodistas en programas de fútbol. Estudio de caso: "Esto es fútbol". (V. Márquez, Entrevistador)
- Dijk, T. A. (1999). *El análisis crítico del discurso*. Obtenido de Anthropos (Barcelona), 186, septiembre-octubre 1999, pp. 23-36.:
<http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%20lisis%20cr%20tico%20del%20discurso.pdf>
- Flores, C. (2016). *Análisis de la participación de la mujer como relatora en el periodismo deportivo radial de la ciudad de Guayaquil 2016*. Obtenido de Repositorio Universidad de Guayaquil, (Doctoral dissertation, UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18597/1/CINTHIA%20DAYANA%20FLORES%20CENTENO.pdf>
- Franco, S. (2020). *Análisis de la construcción de estereotipos del género femenino en los programas deportivos de Gol Tv y sus efectos en el pensamiento crítico de los estudiantes de comunicación social de la Universidad de Guayaquil en el 2020*. Obtenido de Repositorio Universidad de Guayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49286>
- Freixas, A. (2001). *Entre el mandato y el deseo: la adquisición de la identidad sexual y de género*. Obtenido de Depósito de investigación Universidad de Sevilla:
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/57801/entre%20el%20mandato%20y%20el%20deseo%20la%20adquisici%C3%B3n%20de%20la%20identidad%20sexual%20y%20del%20g%C3%A9nero.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gamarnik, C. (2009). *Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso*. Obtenido de Repositorio Institucional de la UNLP:
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/33079/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gil, S. (febrero de 2011). *Sobre mujeres, mitos, estereotipos y medios de comunicación*. Obtenido de Universidad Nacional de San Luis. Facultad de Ciencias Humanas; Diálogos; 2; 1; 2-2011; 127-156:
https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/95112/CONICET_Digital_Nro.7e10c7b7-2ec3-4f6f-a1e9-6fb1010ae67d_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y

- Gissi, N., Pinto, C., & Rodríguez, F. (junio de 2019). *Inmigración reciente de colombianos y colombianas en Chile. Sociedades plurales, imaginarios sociales y estereotipo*. Obtenido de Scielo: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-10432019000200127&script=sci_arttext
- Guerra, L. (1995). *Feminismo o ideología liberal en el pensamiento de Eugenio María de Hostos*. Obtenido de La peregrinación de Bayoán. "Prólogo a la primera edición". San Juan, Puerto Rico: Editorial Coquí, p. 33. : https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52697515/feminismo-o-ideologia-liberal-en-el-pensamiento-de-eugenio-maria-de-hostos-libre.pdf?1492621299=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DFeminismo_o_ideologia_liberal_en_el_pens.pdf&Expires=16680583
- Lagarde, M. (1998). *Identidad genérica y feminismo*. Obtenido de Repositorio Junta de andalucía: <https://www.juntadeandalucia.es/iam/catalogo/doc/iam/1998/14107954.pdf>
- Lugo, C. (1985). *Machismo y violencia*. Obtenido de NUEVA SOCIEDAD NRO. 78 JULIO- AGOSTO 1985, PP. 40-47: https://static.nuso.org/media/articles/downloads/1288_1.pdf
- Marca 90. (11 de febrero de 2022). Esto es Fútbol Youtube - El Fútbol una pasión de #Gritos y #Peleas, Oe Somos Amigos 11/02/2022 EC [video]. YouTube. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=1ZRojc376iw>
- Marca 90. (13 de octubre de 2022). Esto es Fútbol Youtube - Las chicas se toman el programa y lo llenan de pepas. 🤪🤪 13/10/2022 EC [video]. YouTube. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=TXDmQdwYZQQ>
- Marca90. (s.f.). YouTube. Obtenido de <https://www.youtube.com/@marca90>
- Marca90. (20 de septiembre de 2022). Esto es Fútbol Youtube - Celebrando un cumpleaños espacial 🎉 20/09/2022 EC [video]. YouTube. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=SwFFf82TQX0>
- Peralta, M. (2017). *Historia de las mujeres periodistas deportivas en el Ecuador*. Obtenido de Repositorio Docplayer: <http://docplayer.es/52623652-Facultad-de-comunicacion-y-artes-audiovisuales.html>
- Puertas, S. (2004). *Aspectos teóricos sobre el estereotipo, el prejuicio y la discriminación*. Obtenido de Dialnet Repositorio Seminario médico, 56(2), 135-144.: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1232884>
- Torres Aguilar, M., & Ochoa Ochoa, R. (mayo-agosto de 2021). *Inserción de la mujer en el periodismo deportivo ecuatoriano*. Obtenido de Killkana sociales: Revista de Investigación Científica, ISSN-e 2588-087X, ISSN 2528-8008, Vol. 5, Nº. 2, 2021, págs. 17-28: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8319496#:~:text=Los%20expertos%20citados%2C%20concuerdan%20que,crecimiento%20importante%20en%20los%20medios.>

- Valarezo, M. (2015). *El lenguaje machista frente a lo femenino: visibilizando la violencia de género a través del arte*. Obtenido de Repositorio.puce.edu.ec: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8505/TFCvalarezolaso2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Van Dijk, T. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Quito: Abya-Yala.
- Van-Dijk, T. (2001). *El análisis crítico del discurso y el pensamiento social*. Obtenido de Atenea Digital, 1, 18-24.: https://www.researchgate.net/publication/26412747_El_analisis_critico_del_discurso_y_el_pensamiento_social
- Van-Dijk, T. (2017). *Análisis crítico del discurso*. Obtenido de Revista Austral De Ciencias Sociales, (30), 203–222.: <http://revistas.uach.cl/pdf/racs/n30/art10.pdf>
- Vasco, A. (17 de Diciembre de 2022). Entre lo visible y no visible de las periodistas en programas de fútbol. Estudio de caso "Esto es fútbol". (V. Márquez, Entrevistador)
- Vera, A., & Jara, P. (2018). *El Paradigma socio crítico y su contribución al Prácticum en la Formación Inicial Docente*. Obtenido de Innovare.udec: <http://innovare.udec.cl/wp-content/uploads/2018/08/Art.-5-tomo-4.pdf>

ANEXOS

Transcripción de la entrevista:

Anexo 1: Entrevista semiestructurada realizada a periodistas deportivas

Autora: Valerie Márquez

Fecha entrevista: 18/12/ 2022

Entrevistada: Analí Vasco

Profesión: Periodista

Ocupación: Tv host en Fanático tv

Tema: estereotipos de género en el periodismo deportivo

Desarrollo:

Preguntas:

1- Nombre, edad, ocupación y ¿cuándo iniciaste en el periodismo deportivo?

Mi nombre es Analí Vasco, yo empecé en el periodismo deportivo, cuando todavía estaba estudiando entonces tuve la oportunidad de ejecutar todo lo que estaba

justamente aprendiendo a la par. Primero fue en la Universidad, en un programa deportivo en la Universidad y luego fue en Match deportes.

2.- ¿Has sufrido de actos de violencia ya sean físicas, psicológicas en el ámbito laboral, específicamente en el periodismo deportivo?

SI NO

¿De qué forma?

No para nada para nada realmente he trabajado con grupos súper respetuosos y hasta el momento nada de eso.

3.- ¿Has sufrido de chistes sexistas y machistas en programas deportivos?

SI NO

¿Cuáles?

A ver, de cierto modo, una vez me dijeron como que, bueno ustedes las mujeres ¿por qué miran partidos? sólo para ver a los hombres, por ver que tan guapos están los jugadores y yo como que no, para nada, entonces creo que ha sido, la única ocasión, pero de ahí no.

4.- ¿De qué forma el machismo se manifiesta en el periodismo deportivo?

Cuando te tratan de minimizar, cuando no toman en cuenta tu criterio, tu información, cuando dicen como que bueno cualquier cosa, cuando tú aportas y creen que eso no es un aporte, cuando menosprecian tu valor como periodista eso es actitud machista, solo por el hecho de ser mujer.

5.- ¿Los medios de comunicación son generadores de estereotipos machistas y sexistas?

SI NO

¿De qué forma?

Bueno, no siempre, depende de quién lidere el barco, porque hay canales violetas, donde ya están resaltando más la figura de la mujer y ya no hay mucha discriminación, pero si hay programas en donde las mujeres son vistas como una figura sexual.

6.- ¿Cómo crees que se debería erradicar la violencia de género y el machismo en los medios de comunicación deportivos?

Depende también de quien este al el mando de medio de comunicación para poder direccionar bien este los temas y también quién tiene potestad no o sea a ver aquí todos tienen voz y voto aquí todos tienen credibilidad me entiendes a no menospreciar lo que se hace creo que va a ser la pregunta que me haces ahorita sí o sea el sí yo creo que se puede erradicar violencia y la falta de equidad dando también cabida mujeres en espacios donde antes no se les veía por ejemplo hay medios deportivos en el narración suponte que no es tan común ahora poco a poco se está cambiando pero sí es importante que se les dé la confianza que no se les este atemorice porque por ejemplo te dicen, tú vas a relatar pero dónde que hagas mal o te equivoques ahí debut y despedida, entonces eso genera mucho temor en la en las mujeres y a veces esa tensión hace que cometas errores y que el margen de error se incremente entonces creo que hay que dar más confianza y potestad a las mujeres en los medios de comunicación.

7.- ¿Cuáles son los estereotipos negativos más frecuentes sobre las mujeres en un medio de comunicación deportista?

Qué piensan que las mujeres solo estamos para lo básico, para leer mensajes, la publicidad y ya. Y para hacer borde de campo, pero a veces también dudan en que podemos analizar un partido o poder relatarlo, o sea, que ya les estigmatiza desde un inicio solo por ser mujeres. O muchas veces las contratan sobre todo en canales porque es visible, porque son lindas, porque tienen lindos cuerpos y para exhibirlas, entonces sí se han visto cosas super fuertes, sobre todo en la costa, porque las mujeres los utilizan como floreros cosas que yo creo que tenemos mucha más validez y podemos ser capaces de algo más.

Anexo 2: Entrevista semiestructurada realizada a periodistas deportivas

Autora: Valerie Márquez

Fecha entrevista: 18/12/ 2022

Entrevistada: Ámbar Bolaños

Profesión: Gestora deportiva

Ocupación: manejo de Marketing en el Deportivo Quito

Tema: estereotipos de género en el periodismo deportivo

Desarrollo:

Preguntas:

1.-Nombre, edad, ocupación y ¿cuándo iniciaste en el periodismo deportivo?

Hola, soy Ámbar, Valeria Bolaños Jácome. Tengo 23 años, soy gestora deportiva y actualmente trabajo para lo que es. El VAR technology de los referís hago todo lo que es la logística y también ayudó un poco en la parte de marketing del Deportivo Quito. Y entre otras cosas, igual trato de apoyar a un poco más del fútbol femenino. En el VAR technology con la Conmebol, Liga Pro, Copa Ecuador. Y hace unos dos meses la FIFA me contrató para ir al mundial femenino Sub-17 en la India.

2.- ¿Usted ha sufrido actos de violencias (físicos, psicológicos, mobbing) en el ámbito laboral? SI NO

¿De qué forma?

Al estar envuelta en El Mundo deportivo, sabemos que es un ambiente laboral muy machista en cuanto a algo físico, no. Pero si hay, comentarios que se sobrepasan y siento que al ser mujer es un poco más difícil que hagan valer tu palabra, porque al principio, piensan que por ser hombres saben un poco más del deporte, en este caso el fútbol. Y no te toman tan en cuenta, pero ya después, cuando miran, que ya estás ahí, en todo sentido, de que si sabes y te gusta ya te respetan.

Pero igual siento que es un poco más conflictivo para una mujer involucrarse en el ámbito deportivo, más que nada del fútbol porque es muy machista por suerte no me ha tocado nada ni físico, pero creo porque yo estoy en el área un poco administrativa y por eso se puede decir que tengo un poco más de respeto, pero he visto, cómo creo que, en el mundo deportivo, como que el periodismo es como la típica que le mandan a la chica al borde de cancha y que no esté en la cabina comentando, eso para mí es una actitud súper machista. Sigue siendo bastante machista no solo en el mundo laboral del fútbol sino en todos los ámbitos ajá

3.- ¿Los medios de comunicación son generadores de estereotipos machistas y sexistas? SI NO

¿De qué forma?

Sí, pienso que contribuyen a eso debido a los roles que le dan, o menos en el lado deportivo la mayoría de los programas sólo tienen como anfitriones varones y en el hecho de que un partido solo las chicas estén en el borde de la cancha y que no estén comentando también y más que nada hay full programa de acá en el Ecuador que siempre es como le ponen a la mujer como objeto sexual, entonces sí.

4.- ¿Cómo se debería erradicar la violencia de género y el machismo en los medios de comunicación deportistas?

Dándole un protagonismo más grande a la mujer en la pantalla, no solo como ser copresentador, pero algo un poco más de participación y teniendo más programas de mujeres con más temas de los que ellas quieran hablar, creo que eso lo haría un poco y o sea creo que al final, pues, poco a poco están tratando de llegar a una igualdad como en todo el mundo laboral, pero si, dándoles más minutos a la mujer en pantalla con temas que quieran tratar, creo que sería una buena opción.

5.- ¿Cuáles son los estereotipos negativos más frecuentes sobre las mujeres en un medio de comunicación deportista?

De que por el hecho de ser mujer no sabes tanto de fútbol actual o histórico creo que ese es el más común, de que piensan que no tienen el conocimiento sobre el deporte porque no lo practicaron o tal vez solo por el hecho de ser mujer.

Anexo 3: Entrevista semiestructurada realizada a periodistas deportivas

Autora: Valerie Márquez

Fecha realizada: 18- diciembre 2022

Entrevistada: Mabel Basantes

Profesión: Periodista deportiva

Ocupación: radiodifusora en área deportiva

Tema: estereotipos de género en el periodismo deportivo

Desarrollo:

Preguntas:

Hola mi nombre es Mabel bastantes tengo 27 años y soy licenciada en periodismo me gradué en la Universidad de las Américas en el año 2020 y actualmente ejerzo el periodismo en el ámbito deportivo, doy mis primeros pasos en una radio de la capital llamada área deportiva en la 99.3 actualmente, en aquel tiempo era radio única deportiva.

1.-¿Usted ha sufrido actos de violencias (físicos, psicológicos, mobbing) en el ámbito laboral? SI NO

¿De qué forma?

Bueno creo que, en el ámbito laboral en cuanto a los actos de violencia física o psicológica, de alguna manera directa no, he visto, presenciado si, no han sido directamente para mí, es que muchas veces tu palabra no es igual de importante que la de un periodista hombre o suele ser minimizado. Estamos en un proceso de sacar aquel estereotipo dentro del ámbito laboral en todas las profesiones y en el periodismo deportivo también de cambiar ese chip, creo que ahora son menos los periodistas que de alguna manera intentan minimizarte, muchos ya empiezan o ya cambiaron el chip y más bien intentan darte validez.

Pero no te puedo negar que sí, sigue existiendo aquellos que de alguna u otra manera si empieza a hacer evidente la brecha de hombre y mujer, entonces de alguna manera siento que si las he vivido, si existe eso aún en el periodismo deportivo, pero aún existen aquellas personas que por el hecho de que tú eres mujer y obviamente joven o nueva pretenden más que validar tu palabra validar tu cara o tu carisma de alguna manera vender lo que es la imagen más allá de lo que sea el contenido u opinión.

2.- ¿Cuáles han sido las formas indirectas de violencia que has presenciado en programas deportivos?

De los principales dentro del periodismo deportivo y que así te genera un tipo de violencia hacia la mujer, es justamente cuando maximizan tus atributos físicos y minimizan el conocimiento que tú puedes dar, es cuando tu cuerpo y tu cara tiene más

validez que lo que tú puedas comunicar, o el conocimiento que tú puedas compartir o el contenido incluso que tú puedas generar.

En la pantalla, en la televisión, los productores se basan en el registro que tengan las personas en la Cámara seas hombre o seas mujer, pero eso es una cosa a que te quiera utilizar a ti como un objeto de atracción para tu audiencia, por tu cuerpo, por tu cara más no por el conocimiento, te están diciendo, mira tú me pareces muy guapa si me sirves para un programa de Deportes porque a los hombres les gustan muchísimo las mujeres así atractivas atributos físicos que realmente tienen bastante atracción para para los ojos masculinos pero no sé cuánto conocimiento me puedas dar tu y no me importa solo necesito te necesito y mi programa por tu físico y por lo que tú puedas venderme con tu imagen, ahora ya no solamente se da en el tema de la televisión que es tan evidente que le ves en la pantalla, sino también se empieza a dar en el tema de las radios, también se presenta este tema por la voz de la mujer, por lo aguda de la voz, de la mujer por lo armoniosa que incluso resulta ser la voz de la mujer en comparación con la de un hombre y tengamos en cuenta que la mayoría de programas antes los programas radiales eran la mayoría de panelistas hombres, volvemos a que solamente por el tema de una estética, por así decirlo es que yo coloco a la mujer y muchas veces, suelen salir roles mínimos en comparación a los que un hombre, muchas de las veces se fijan en que solamente la necesito por la voz femenina más no porque tenga el conocimiento, no me importa si no da conocimiento, solamente necesito su voz para rellenar mi programa

3.- ¿Has sufrido de chistes sexistas y machistas en programas deportivos?

SI

NO

¿Cuáles?

Si, sabes que, si he recibido ese tipo de chistes o bromas que muchas veces la gente la quiere hacer pasar por eso, por broma, cuando en realidad es algo que va más allá de una broma y casi siempre suelen como querer normalizar, que es parte del show que es parte del momento.

Y en algún momento cuando yo quise como ponerle un alto a esto y decir me incomoda o no es prudente que lo digas así al aire, alguien se puede sentir aludida de alguna manera, recibí una respuesta como, pero si es un chiste, esta generación de cristal,

ahora no aguanta nada, entonces para la gente, sigue siendo un chiste, lo que para nosotras incomoda porque no llaman a nuestro criterio o, a nuestro cuestionamiento de decir por Dios, soy más allá de lo que físicamente ven, o en cuanto al tema de la voz, no lo que pueda mostrar, soy más allá de eso, soy alguien inteligente, soy alguien talentosa, no soy solamente algo estético.

Hay gente que en realidad está cambiando el chip, y así como tengo la responsabilidad halagar a mi compañera y más que alagar, respetar a mi compañera desde su conocimiento y hacerla que ella también brille o se sienta bien por el conocimiento que imparte.

4.- ¿De qué forma el machismo se manifiesta en el periodismo deportivo?

Son bastante similares a las maneras en las que se manifiesta en la sociedad en general, lo que las mujeres vivimos en la cotidianidad, por ejemplo, desde un comentario obsceno, un comentario acosador, sexualizado, que haga referencia a tu cuerpo, creo que es uno de los principales que siempre se da, otro también es este tema de las oportunidades, por ejemplo te estoy dando la oportunidad, que más quieres, o sea te estoy haciendo un favor cuando te di la oportunidad, y también el tema de las consideraciones, que llegan a ser un poco absurdas, como es que yo, porque te considero, no te puse en eso, creo que este trabajo lo puede hacer tu compañero tu colega hombre, pero te estoy considerando deberías agradecer.

En la sociedad en general, en Ecuador, tanto en las diferentes labores en las diferentes profesiones, también se sigue dando aquello. Es un tema de cambiar desde lo general hasta lo específico, es decir buscar maneras de educar a la gente en cuanto a este tema de que comprendan que las cosas que se han ido minimizando y normalizando.

Por un lado, también los lugares específicos en las distintas profesiones, empezar a validar más la participación de la mujer, entonces creo que, cambiando desde lo general, podríamos llegar a muchísimas cosas más dentro de los lugares específicos, o los y espacios donde las mujeres nos desenvolvemos y necesitamos el tener una equidad completa.

5.- ¿Los medios de comunicación son generadores de estereotipos machistas y sexistas?

SI

NO

¿De qué forma?

Pienso que los medios de comunicación si tenemos gran responsabilidad en generar estos estos estereotipos machistas y sexistas, tenemos mucha culpa de eso lamentablemente, no todos los que están frente a un micrófono o frente a una cámara, tienen la responsabilidad de comunicar como tal, y muchas veces lo hacen de manera irresponsable, generando este tipo de estereotipos, que justamente ya mencionábamos, que en este caso es el machismo, que te hagan comentarios o chistes sexistas, ese tipo de cosas, entonces sí, pienso que nosotros como medios de comunicación, no nos hemos percatado y hemos minimizado o normalizado muchas cosas que se deberían cortar de raíz.

Anexo 4: Entrevista semiestructurada realizada a periodistas deportivas

Autora: Valerie Márquez

Fecha entrevista: 22/12/ 2022

Entrevistada: Michelle Corella

Profesión: Periodista

Ocupación: RRPP y prensa de la católica

Tema: estereotipos de género en el periodismo deportivo

Desarrollo:

Preguntas:

1.- ¿Usted ha sufrido actos de violencias (físicos, psicológicos, mobbing) en el ámbito laboral?

SI

NO

¿De qué forma?

Considero que un acto violento no, pero sí psicológico, porque no le daban mucha credibilidad a mi trabajo al principio, por el hecho de ser mujer, siempre estaban cuestionando si es que mi idea iba a funcionar, si es que el trabajo iba a hacer efectivo,

siempre habían críticas como que no, pero es que esta idea no creo que funcione, hasta una vez que ya se dieron cuenta que en realidad sí funcionaba, me fui ganando el puesto, pero al principio sí considero que fue un poco el acto, un daño psicológico, porque pierdes un poco la credibilidad en ti mismo, en tu trabajo.

2.- ¿Ha sufrido chistes machistas y sexistas en programas deportivos?

SI

NO

¿Cuáles?

Sí he recibido chistes de tipo sexista machistas no, a nivel como macro en algún programa o en público por así decir, con bastantes personas pero sí, entre allegados, que como vas a terminar con algún futbolista, o en qué bien que estás en ese mundo porque, a si te vas a juntar con futbolistas y quién sabe si terminas casándote con uno y se te arregla la vida, comentarios como que tengo para escoger, a cuál elegirías para esposo y algo más que cuerpo ha de tener, aparte tienen dinero, te fuiste a meter en un buen lugar para conseguir marido, ese tipo de chistes comentarios he recibido, malos chistes diría pero sí, he recibido ese tipo de comentarios absurdos.

3.- ¿De qué forma el machismo se manifiesta en el periodismo deportivo?

Bueno yo creo que, esto es algo histórico, los hombres empezaron a tener derechos, ellos hacían actividades que las mujeres no podían, por ejemplo, jugar fútbol y la misma sociedad se ha encargado de eso, de crear esa idea de que el fútbol es violento, del fútbol de contacto, el fútbol es fuerte, los hombres nacieron para el fútbol, los hombres tienen más pasión por el fútbol, muchos tienen ese esa idea marcada.

Muchas mujeres ya están preparándose en este tema del fútbol y por ello estudian periodismo deportivo pero, por ejemplo hasta ahora no hay una mujer que relate partidos, todos son relatores, en un medio deportivo tú ves la diferencia, que vamos a tener tal partido, vamos a convocar a tal persona, tal persona el para logos comercial, el para la voz del relator, él para comentarista y si es que por ahí queda una chica, ella para la voz comercial, no hay esa apertura de voy a prepararla, voy a hacer que se prepare para que relate un partido, no, siempre le tienen confianza a un hombre, siempre van a preferir a un hombre para que hagan los relatos, no a una mujer y por lo general les dan voces comerciales a las mujeres o comentarios, pero a un relator no, no le dan la confianza a la mujer.

4.- ¿Los medios de comunicación son generadores de estereotipos machistas y sexistas?

Sí, por supuesto que son generadores de sus actos machistas y sexistas, como te decía siempre van a preferir un hombre para ciertas cosas, antes que, a una mujer, eso es una forma, otra forma, en un programa de radio, por ejemplo, hacen comentarios o hacen chistes a una mujer, le dejan las partes noticias faranduleras, antes que una nota de estadística, que tiene que ver con un mundial o con algún torneo específico.

5.- ¿En qué modo la discriminación de género afecta al trabajo periodístico de la mujer?

Cómo te decía, el mismo medio maneja su agenda y su producción, entonces ahí entra el tema de preferencias o bueno en vez de preparar a una mujer para realizar el trabajo que envían a hacer a los hombres, eso es lo que en realidad preocupa, es otra forma de generar estos datos machistas o sexistas.

El hecho de es que no podemos hablar malas palabras porque está una dama o tenemos que hablar después de este tema porque son cosas de hombres o porque tenemos que hablar de cierto tema, cuando no esté la señorita, para que no se ofenda cosas, cuando están en creación de contenido, de un programa en particular, siempre dicen que, este programa va a ser solamente conducido por hombres para que no haya censura por la presencia de una mujer.

Ahora, ya se está dando más apertura a las chicas, de hecho, en nuestro país ya se están haciendo ver a nivel internacional y son muy buenas en su trabajo y les dan la confianza obviamente y creo que es un poco coyuntural ese tema, porque ahora los medios de comunicación dicen, hay un medio que está haciendo un programa, donde hay 3 hombres, hay una mujer que le da el contraste al programa, entonces, vamos a poner dos mujeres, ya depende del medio, muchas veces se ve que lo hacen por la coyuntura, más no por el contenido, entonces les ponen a ellas como por pantalla, nada más para llamar la atención, no porque les dan en verdad protagonismo a las mujeres de su trabajo, lamentablemente si se sigue viendo la mujer como imagen, más que inteligencia más que cualquier otra cosa.

6.- ¿Cuáles son los estereotipos negativos más frecuentes en los medios de comunicación deportivos?

Creo que los estereotipos más fuertes, bien marcados a nivel sociedad, pero sobre todo en los medios de comunicación, es tener un hombre relator y las voces comerciales para las mujeres, no es tan importante una voz comercial, como una voz de relato por ejemplo esos son los estereotipos, no le demos ese trabajo porque es muy fuerte para ella.

Otros, en mi caso de jefa de prensa, hay muchos hombres que se acercan me preguntan, ¿dónde está el jefe de prensa? y yo conmigo puedes hablar, me suelen decir que, no, no prefiero hablar con Roberto, siempre buscando un hombre, entonces claro, hay muchas personas que todavía que no siguen a las jerarquías de mujeres, ni tienen respeto, son arrogantes, y prefieren siempre hablar con hombres, antes que con mujeres.

7.- ¿Como se debería erradicar la violencia de género y el machismo en los medios de comunicación deportivos?

Yo creo que, parte desde el medio de comunicación, los jefes, la producción, la productora de cada programa, creo que, desde ahí, ya hay mujeres que se preparan, hay mujeres que estudian para ello y se abren campo ellas solas y cuando ya les den que están con experiencia que ya son más cancheras, cómo se dice, les toman en serio, pero si es difícil

Los medios de comunicación deberían generar esa confianza en las mujeres, para que ellas mismas se sigan abriendo camino, no sola, sino con el apoyo de un jefe. Yo creo, partiendo de la sociedad tiene que cambiar esa idea de que el fútbol solo es para chicos, que porque tú vas al fútbol eres machona, eres una carishina, esos son comentarios también que he escuchado. También el entra nomas al camerino de hombres para ver cómo te va,

Para erradicarla el machismo en el mundo del periodismo deportivo, como sociedad primero es un trabajo que ya se está logrando, de poco en poco, pero si falta, todavía como sociedad y a nivel laboral, en el periodismo, si es cuestión de los jefes, tienen que dar un apoyo a las mujeres que están incursionando, si le mando hacer reportería pues, le voy a enseñar a hacer trabajo de relatora, para que haya una mujer que relate partidos no solo hombres.

Matrices y análisis del discurso de los 10 programas:

Número	1
Fecha	13-10-2022
Título	Esto es Fútbol YouTube - Las chicas se toman el programa y lo llenan de pepas. https://www.youtube.com/watch?v=TXDmQdwYZQQ
Observaciones	La portada del programa está con el nombre de "Ladies Night" y únicamente se ven a las dos periodistas en la portada, las chicas se toman el programa hace referencia a que las periodistas van a conducir todo el programa, pero no es así, de igual manera la palabra "pepa" hace referencia a droga, lo que va a generar un clicbait en el público por el título llamativo.
Plano significado/ texto	El programa trata sobre la final de la copa libertadores jugada en Guayaquil Ecuador, temas relacionados a la dirigencia de Emelec, dirigencia de la Federación Ecuatoriana de Fútbol, al inicio en la presentación del elenco, Pocho hace un comentario refiriéndose a la periodista María José y Mayra como la mamá de la mamá, en las publicidades es donde existe mayor participación de las periodistas y donde más existen estos comentarios de doble sentido.
Nivel de significados locales: De carácter implícito o indirecto: 1) "Aquí está la mamá, la mamá del futbol en el buen sentido con acento en la a, no sin acento" 2) "¿Tienes novio Mayrita?, por eso te voy a recomendar prostaaeros para el novio de Mayrita, con prostaaeros goleas porque goleas" 3) ya si su novio va a necesitar prostaaeros cambie de novio pocho a Mayrita 4) Usted la ve a Mayrita así y le dice que ¿no está al día? 5) Pintulac brocha gruesa es mi PhD 6) Vito Muñoz no tiene mujer hace 2 años por eso viene a botar la adrenalina acá.	De carácter implícito o indirecto: 1) Mama sin el acento, es el órgano glandular de las hembras en los mamíferos, que produce la leche, queriéndose referir aquí están las tetas del fútbol. 2) prostaaeros ayuda al sistema reproductor masculino con la fertilidad, mientras que goleas, hace referencia en el fútbol a la acción de marcar o anotar varios goles, en el sentido implícito significa tener relaciones sexuales. 3) Se hace referencia a que, si el novio tiene disfunción eréctil y necesita tomar prostaaeros, el hombre no sirve. 4) Se refiere al cuerpo de la periodista, haciendo énfasis en que tiene un buen cuerpo, acorde a los estereotipos impuestos. 5) Pintulac es una empresa de venta de pinturas, la brocha es el objeto que se la interpreta a doble sentido

<p>De carácter explícito o directo</p> <p>1) Cállate chucha cállate sonido</p> <p>2)Éramos 3 compañeros, trio</p> <p>3) Pocho están hablando huevadas dice</p>	<p>como el aparato reproductor masculino y el tamaño de este.</p> <p>6)Hace referencia a que el periodista al no estar con ninguna mujer y al no tener relaciones sexuales ya más de 2 años, toda la adrenalina que tiene la está guardando y explota fácilmente en el programa, teniendo mal carácter.</p> <p>1)forma de hacer que otra persona se quede callada y “chucha” en Latinoamérica en regiones del Ecuador se conoce al aparato reproductor femenino, transformando en insulto.</p> <p>2) hace referencia a trío sexual</p> <p>3) huevada hace referencia a sucesos irrelevantes, erróneos o sin interés.</p>
<p>Plano formal/texto- contexto</p>	<p>Estructuras formales sutiles: Todos aquellos comentarios son tomados a forma de bromas y chistes por partes de los periodistas, de igual manera se colocan sonidos de risas, con el firme objetivo de plasmar a la audiencia y dar el significado de risa, con el objetivo de llegar al público mediante la publicidad, se hacen comentarios personales y salen comentarios sexistas y machistas, que alegan sobre aquel producto.</p>
	<p>Nivel contextual: En todo el programa se utiliza el contexto y el lenguaje del fútbol, refiriéndose “meter gol” con tener relaciones sexuales y dejar embarazada a la mujer” de igual manera para referirse y realizar comentarios de conducta sexista sobre la periodista ¿cómo no está al día? Refiriéndose y centrando su mirada hacia el cuerpo, el machismo, se habla sobre la virilidad del hombre, del grosor de su órgano sexual mediante estos de la publicidad “brocha gruesa es mi PhD” haciendo referencia al periodista Vito Muñoz, de la vida sentimental de la periodista</p>

Número	2
Fecha	21-09-2022
Título	<p>Esto es fútbol YouTube- Celebrando un cumpleaños espacial</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=SwFfF82TQX0&t=2s</p>
Observaciones	<p>El título es llamativo ya que genera interés al ver la palabra cumpleaños, en el programa solo se encuentran panelistas hombres.</p>

Plano significado/ texto	El programa inicia con la presentación y palabras de todos los panelistas por el cumpleaños de Washington y desde los primeros comentarios ya se expresan mensajes sexuales que están implícitos a modo de bromas, en donde todos los periodistas comparten de aquello, sumándose a las risas y disfrutando del entorno.
<p>Nivel de significados locales:</p> <p>De carácter implícito o indirecto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “Va a ver gata Teresa” 2. “Las gatas vienen de Júpiter” 3. “Hoy nos vamos a lubricar bien porque hay que desearle cumpleaños a Wuachito” 4. “Nos vamos de cangrejo” 5. “Hoy día te voy a dar tu regalo” 6. “Prostaeros para que Wuachito golee” 7. “Como mi compadre les daba” <p>De carácter explícito o directo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “Hasta las huevas” 	<p>De carácter implícito o indirecto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Hace referencia a si es que va a haber relaciones sexuales, ya que al unir va-a-ver-ga, se entiende si habrá el acto de coito festejando su cumpleaños. 2) Hace referencia a que habrá prostitutas 3) mediante la publicidad Havoline de lubricantes se hace un comentario implícito, como que se estuviera hablando del lubricante, pero se hace referencia a que Wuachito debe estar lubricado para tener relaciones sexuales. 4) hace referencia a que los cangrejos se entierran en huecos, refiriéndose al órgano reproductor femenino que es hueco, va a tener relaciones sexuales 5) Se refiere a que como regalo van a tener relaciones sexuales 6) ingerir aquellas pastillas para que pueda tener relaciones sexuales 7) hace referencia a que el hombre es el que da relaciones sexuales <ol style="list-style-type: none"> 1) La expresión "hasta las huevas" se utiliza para expresar que una cosa está muy buena, o que es de buena calidad o que alguien tiene buen carácter y es aceptado por la mayoría 2) Palabra vulgar para referirse al órgano sexual de la mujer (mala palabra, vulgar)

<p>2. “Cállate chucha cállate”</p> <p>3. “Verdaderos periodistas deportivos, varones, sacrificados”</p>	<p>3)hace referencia a que los hombres son los únicos aptos para trabajar en el periodismo deportivo, haciendo énfasis en varón, Hombre que ha llegado a la edad viril</p>
Plano formal/texto-contexto	<p>Estructuras formales sutiles:</p> <p>Los comentarios machistas emitidos entre periodistas masculinos, los hacen a través de bromas homofóbicas, la mayoría de ellas sobre relaciones sexuales, de igual manera comentarios machistas mencionando que “los verdaderos periodistas son varones”, denigrando y ofendiendo a sus colegas y colaboradoras femeninas.</p>
	<p>Nivel contextual:</p> <p>En todo el programa se utiliza y se pone en contexto el fútbol, los arduos trabajos periodísticos realizados, descalificando a los nuevos periodistas deportivos, de igual manera se repite la oración “meter gol” refiriéndose a tener relaciones sexuales y dejar embarazada a la mujer”, de igual manera se maneja el contexto de celebrar el cumpleaños de uno de los panelistas deportivos, donde de igual manera existen bromas machistas, refiriéndose a mantener relaciones sexuales</p>

Número	3
Fecha	06-10-2022
Título	<p>Esto es fútbol YouTube-Previa de #Ecuador vs #Bolivia /Master Class</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=VnOx296VyIQ</p>
Observaciones	<p>El programa aborda temática del partido de Ecuador y el invitado principal es Mario Canessa, además del futbolista Carlos Tenorio fundador del grupo Caravana y como panelistas se encuentran: periodistas Harb, Bonafont, Washington, Víctor Morales, Diego Arcos, Ufredo Borbor, 4 meses posterior a publicación del programa, se volvió viral en redes por actitudes machistas, sexistas y acoso laboral sobre la periodista.</p>
Plano significado/ texto	
Nivel de significados locales:	De carácter implícito o indirecto:
<p>De carácter implícito o indirecto:</p> <p>1) “Campana es tu papá”</p>	<p>1) hace referencia a tener la figura masculina de padre.</p>

<p>2) “sonido de silbidos a lo que ingresa la periodista”</p>	<p>2) cuando ingresa la periodista, los efectos de sonido, ponen chiflidos, silbidos.</p>
<p>3) “mi zor, mi zor, haciendo referencia a zorra”</p>	<p>3)La periodista menciona que se iba a hacer monja, ellos mediante el humor mencionan Zor, Zor, diminutivo de zorra, insulto hacia la mujer.</p>
<p>De carácter explícito o directo</p>	<p>De carácter explícito o directo</p>
<p>1) “ahorita estoy libre doctora”</p>	<p>1. Hace referencia a que se encuentra soltero, disponible.</p>
<p>2) “Borbor, pregunta la edad de cada uno y menciona que necesitan prostaeros”</p>	<p>2. Menciona que la edad de ellos ya es avanzada, por lo que necesitan aquel producto para tener una vida sexual mejor.</p>
<p>3) “Revive ese muerto”</p>	<p>3. Hace referencia al órgano reproductor masculino que no está erecto.</p>
<p>4) “dale como rata en rigor con prostaeros”</p>	<p>4. Hace referencia a cuando se está matando a la rata, se le da duro de golpes, ellos lo toman de la manera sexual, el dar.</p>
<p>5)” El programa se pone más bueno de lo que está, viene Nadia Manosalva a entregar premios”</p>	<p>5. Menciona que el programa mejora, ya que podrán ver a la periodista que ingresa al set a hacer la entrega de los premios.</p>
<p>6)” Borbor aquí está, aquí se la deajo, la que ilumina las noches”</p>	<p>6. Hace referencia a Nadia, como que ella fuera un objeto, dicen se la deajo.</p>
<p>7) “Canessa que hace usted para estar tan buena hacia Nadia”</p>	<p>7. Hace referencia a que hace la periodista para tener tan buena figura, tan bello rostro.</p>
<p>8) “Borbor prepárese con prostaeros mi Dr.”</p>	<p>8. Que se prepare para tener relaciones sexuales, con aquel producto.</p>
<p>9) “Dr. Canessa creo que la paso bien hoy. Lo mejor fue con Nadia, se pasó el Dr.”</p>	<p>9. Hacen burla de cómo, sexualizaron a la periodista, mencionando que fue lo más chistoso del programa.</p>
<p>10)” Presentador Ella es la que engalana las promociones nuestras”</p>	<p>10. Ella es la que adorna las promociones, por su figura, su belleza.</p>

11) “la enamoró guachito y la coronó borbor, como todo cholo bien sabido”	11. Coronar hace referencia a llegar a tener relaciones sexuales.
Plano formal/texto- contexto	Estructuras formales sutiles: Durante todo el programa se hacen comentarios sexualizados, machistas, así como también la periodista es recibida con efectos de sonido de silbidos, que los hacen pasar como halagos sobre la belleza que tiene, las bromas y el humor se maneja de una manera exclusiva del programa, humor negro,
	Contexto: Inicia normalmente con el saludo habitual de cada uno de los panelistas y se realizan comentarios explícitos sobre la sexualidad para abordar con la publicidad de Prostaeros, a la hora de programa, el periodista Borbor, da la bienvenida a la periodista Nadia Manosalva, con comentarios sexistas, ella se encarga de obsequiar premios a los participantes, al momento de la salida de ella, la quiere escoltar Borbor y dice que Harb la escolte hacia la salida, Canessa le pregunta ¿Qué hace usted para estar tan buena?, a lo que la periodista responde – tan buena gente, a lo que el repite la pregunta diciendo que no sabe qué hace, todos los panelistas empiezan a reírse, mientras que a ella se la ve en una posición incómoda, desviando la pregunta, siguen insistiendo sobre la periodista, después de que ella sale del set se escuchan comentarios sexistas.

Número	4
Fecha	11-02-2022
Título	Esto es fútbol YouTube-El fútbol una pasión de #Gritos y #Pealas, Oe somos amigos https://www.youtube.com/watch?v=1ZRojc376iw&ab_channel=marca90
Observaciones	El programa tiene como invitadas a María José Gavilanes como conductora del programa y a Marie gisselle Carillo como invitada en el programa deportivo. El título del programa es llamativo, ya que la palabra gritos y peleas generan morbo en el público, al intentar saber entre quienes se produce aquello. Y en la portada tiene la frase de ya estoy hasta las huev*as.
Plano significado/ texto	
Nivel de significados locales: De carácter implícito o indirecto: 1.-“Quiero pedirle una vuelcita”	De carácter implícito o indirecto:

<p>2.-“Empieza el año goleando como un campeón con prostaeros”</p> <p>3.-“Una capsula de prostaeros y levanta ese muerto”</p> <p>4.-“Como en la primera vez... todos en san Valentín van a tener su primera vez con prostaeros”</p> <p>5.-“Como a cajón mal cerrado dale”</p> <p>6.-“Toma de a dos para que en san Valentín no te cuerneen, toma prostaeros”</p> <p>De carácter explícito o directo</p> <p>1.-“Deshuevate”</p> <p>2.-“Yo me quiero poner esa lencería que me compre, - ¿Usted cree que podemos hablar de los precios de Barcelona, luego de escuchar que usted dice que quiere ponerse lencería el fin de semana?, Ya queda uno desconcentrado”.</p> <p>3.-“Bueno si uno queda desconcentrado, no sé cómo te llevarás con tu mujer”.</p> <p>4.-“tú eres un hipócrita, cada que llega Nadia. Haces así</p>	<p>1. Que la periodista mediante un giro en el propio eje indique su cuerpo, con el afán de que los demás lo vean como sinónimo de un objeto.</p> <p>2. Hace mención de empezar el año teniendo relaciones sexuales y aquello convertirá a la persona en campeón.</p> <p>3. Con una cápsula de aquellas pastillas, erecta el miembro reproductor masculino.</p> <p>4. Hace referencia a que, en el 14 de febrero en la celebración de San Valentín, los panelistas del programa van a tener relaciones sexuales, mencionando la publicidad de Prostaeros.</p> <p>5. Significa darle con fuerza a algo o alguien, ya que cuando un cajón está descuadrado, generalmente se la da muy duro para cerrar, se ha tomado esta expresión para referirse a las relaciones sexuales.</p> <p>6. Ingerir 2 pastillas de prostaeros, haciendo referencia a que, tomando las pastillas, va a durar más en las relaciones sexuales, y por ello no le van a ser infiel.</p> <p>De carácter explícito o directo</p> <p>1. significa volverse una persona más capaz y entendida, dejando el carácter asustadizo y temeroso.</p> <p>2. sexualiza y cosifica a la periodista, mencionando que queda desconcentrado imaginándola a ella en ropa interior.</p> <p>3. hace referencia a que la periodista por el simple hecho de estar frente a ellos los desconcentra por su cuerpo.</p>
--	--

<p>(agacha la cabeza) porque te pegan en la casa hipócrita”</p> <p>5.-“ella puede estar alado tuyo desnuda que tu ni te inmutas, eres un caballero.”</p> <p>6.-“A ver mamita que significada ser gerente”</p>	<p>4. Quiere decir que cada que la periodista llega, él es el único que no la cosifica, ni ve su cuerpo con morbo, porque tendrá problemas en la casa con su pareja, haciendo referencia a que no es hombre por no ver a la periodista.</p> <p>5. Hace referencia que él es un caballero, ya que no mira a ninguna mujer a manera de morbo, como los demás.</p> <p>6. hace referencia a denigrar la opinión de la periodista, preguntándole, cosas obvias.</p>
<p>Plano formal/texto- contexto</p>	<p>Estructuras formales sutiles: El programa va en torno al fútbol, en el momento que las periodistas quieren participar, sus comentarios son des validados y se les pregunta cosas obvias, con el propósito de desmerecer su participación, se la lleva en el tranquilo, como algo normal y natural la poca participación que tienen ellas y a la conductora le toma mucho tiempo mantener la calma sobre el programa para poder dar entrada a la publicidad.</p>
	<p>Contexto: Se abre un debate sobre el partido de Barcelona en la copa libertadores y los panelistas van manejando el programa, las periodistas tienen poca participación sobre ellos y son desvaloradas las opiniones que ellas emiten</p>

<p>Número</p>	<p>5</p>
<p>Fecha</p>	<p>14-02-2022</p>
<p>Título</p>	<p>La #Previa más Barcelonista qué #Verás...#Libertadores https://www.youtube.com/watch?v=Ego2IVtpBBg&ab_channel=marca90</p>
<p>Observaciones</p>	<p>Por ser el día del amor y la amistad, inicia el programa con palabras de y de Marca pidiendo disculpas sobre lo ocurrido con el Dr. Canessa hacia la periodista Nadia Manosalvas en el programa del 7 de octubre de 2021, que se volvió viral meses posteriores, además se hace la entrega en vivo de un arreglo floral a la periodista como sinónimo de disculpas, posterior inicia el programa y la periodista no participa más, sino es hasta el final del programa que vuelve a anunciar varias marcas y luego no participa sigue el programa habitual con los 9 periodistas: Vito Muñoz, Esteban Dreer,</p>

	Pocho Harb, Esteban Ávila, Ufredo Borbor, Washington Sánchez, Roberto Bonafont, Carlos Gálvez, Carlos Morales.
Plano significado/ texto	
Nivel de significados locales: De carácter implícito o indirecto: 1) "tú eres experto en hacerte el cojudo" 2) (VM se encuentra de rodillas y H de pie) puede bajarse un poquito el cierre" 3) "En la gata teresa" 4) "Espérame este jueves y te llevo una caja de prostaeros" De carácter explícito o directo: 1) VM "Ñños de qué?" 2) B "este es tu papá y aquí esta tu padrastro" 5) "entra Nadia (Ayayay)"	De carácter implícito o indirecto: 1. Es muy hábil para, excluirse de algunos temas. 2. Hace referencia a hacer sexo oral a modo de burla entre hombres. 3. Ir al burdel 4. Que le espere ese día y le llevará una caja para que le funcione su aparato reproductor. De carácter explícito o directo: 1. Ñños de piernas hace referencia, al haber estado dos hombres con la misma mujer en el ámbito de las relaciones sexuales. 2. Hace referencia a la figura masculina que le protege y en son de burla menciona al padrastro. 3. Hacen gestos y sonidos al ver entrar a la periodista al set, a son de morbo.
Plano formal/texto- contexto	Estructuras de formas sutiles: El formato del programa se ha modificado, pasando del saludo que comúnmente se lo hace cómico y con mucha alegría, pasó a un ambiente formal y serio, se emiten palabras a modo de disculpas para la periodista y de igual manera se le entrega un presente, que en este caso es un arreglo floral,
	Estructura contexto: El programa inicia con un saludo diferente, ya que al ser 14 de febrero, día del amor y la amistad, empieza con palabras de haciendo mención a disculpas públicas sobre el programa que se volvió viral, en donde la periodista Nadia Manosalvas, sufrió de acoso en el programa en vivo, de igual manera ella agradece aquellas sentidas palabras y menciona que en ningún momento ella se sintió acosada o vulnerada y que lo

	tomó como una broma, ella nunca permitiría que le falten el respeto y como mujer tampoco lo permitiría, además Harb menciona que el mejor regalo que les pudieron dar por aquella fecha especial, es que ha subido los seguidores, consecuencia del video viral en redes.
--	---

Número	6
Fecha	30-09-2022
Título	Esto es fútbol- Te tenemos fe Independiente, trae la copa Sornoza https://www.youtube.com/watch?v=jCxezj3b5dE&t=2220s
Observaciones	Ufredo Borbor, Mayra Bayas, Guacho Sánchez, Esteban Ávila y Esteban Dreer, Andrés Guschmer (zoom) forman parte de los panelistas del programa.
Plano significado/ texto	Inicia el programa con la presentación y saludo de cada uno de los panelistas y empiezan a abordar temáticas de la final de la sudamericana de Independiente vs Sao Paulo, sobre problemas de logística del estadio, el precio de las entradas, sobre las variantes que puede haber en el partido y sobre el equipo favorito para ganador de la final.
Nivel de significados locales: De carácter implícito o indirecto: 1)“me huele a paja” 2)“cachudo” sonido 3)“con prostaeros goleas porque goleas” De carácter explícito o directo 1)“él tiene un problema de onanismo” 2)“silencio chucha” 3)“no le deja acabar a la dama” 4)”dales prostaeros a ver si se calman”	De carácter implícito o indirecto: 1. Paja hace referencia al termino de masturbación masculina, se menciona como modo de burla. 2. En modo de burla hace referencia a que le es infiel y por eso es el hazme reír. 3. Con el consumo de aquel producto deja embarazada a alguien. De carácter explícito o directo 1. a manera de burlarse mencionan que el panelista tiene problemas con la masturbación. 2. Es una expresión para hacer callar a alguien, utilizando un sustantivo que se refiere al aparato reproductor femenino. 3. Haciendo referencia a la eyaculación femenina.

5)“y dale a independiente prostaeros para que le dé a Sao Pablo”	<p>4. Utilizarán aquel producto y al tener relaciones sexuales ya estarán más tranquilos.</p> <p>5. Dar hace referencia a tener relaciones sexuales de manera burlesca, con el fin de imponerse sobre el otro.</p>
Plano formal/texto- contexto	Sutil: a manera de bromas de segunda intención, llevan todos los comentarios sexistas y machistas en el programa, que los aborda a manera de chiste, la participación de la periodista femenina es interrumpida varias veces y tomándolo como humor, cuando en realidad se evidencia el machismo por parte de los panelistas, que no le dejan concluir con su opinión.
	Contexto: El programa trata el tema específicamente de la final de la copa libertadores de Independiente, cuando se le da la oportunidad a Mayra para debatir sobre la participación de un jugador, Esteban Dreer, interrumpe en varias ocasiones, sin dejar escuchar lo que la periodista quiere manifestar, el hace comentarios burlescos y desacreditadores sobre la opinión de ella

Número	7
Fecha	03/010/2022 EC
Título	Esto es Fútbol YouTube - ¡Rey de cooopas! Grande IDV https://www.youtube.com/watch?v=JEFhJ5lZ720
Observaciones	<p>Inicia el programa con saludo por parte del panelista Carlos Víctor Morales, como es de costumbre, además de rendir agradecimientos al público por ser seguidores del programa marca 90. El título es llamativo y problematizador entre dos equipos quiteños que son llamados rey de copas.</p> <p>Los participantes son: Ufredo Borbor, Vito Muñoz, Esteban Dreer, Andrés Guschmer, Carlos Víctor Morales, Washington. Diego Arcos y Roberto Bonafont</p>
Plano significado/ texto	El programa inicia con el saludo habitual y rápidamente pasan al tema principal sobre el equipo Independiente del Valle que ha quedado campeón de la Sudamericana además se tratan las deudas que tiene el equipo Barcelona, Emelec y Liga de Quito
Nivel de significados locales:	De carácter implícito o indirecto:
De carácter implícito o indirecto:	

<p>1. “Le pasa una almohada como significado de que se acueste”</p> <p>2. “Por eso te recomiendo anda seguro con “prostaeros” pasas a la historia”</p> <p>3. “Dale y dale como le dio independiente a saopablo con prostaeros”</p> <p>4. “Brocha gorda (risas)”</p> <p>Lo que pasa es que entre ustedes se tiran besos</p> <p>De carácter explícito o directo</p> <p>1. “Cállate chucha”</p> <p>2. “este es un ignorante”</p> <p>3. “Voy a tener los huevos para decírselo”</p> <p>4. “La concha de tu madre”</p>	<p>1. Mencionando acostarse para tener relaciones sexuales, haciéndole quedar “mal” por tener sexo con alguien del mismo sexo.</p> <p>2. Recomienda el producto ya que, con él, se asegura tener relaciones sexuales.</p> <p>3. Dar hace referencia a relaciones sexuales y a imponerse sobre el otro.</p> <p>4. Hace referencia al aparato reproductor masculino, que se parece a la brocha para pintar</p> <p>De carácter explícito o directo</p> <p>1. Es una expresión para hacer callar a alguien, utilizando un sustantivo que se refiere al aparato reproductor femenino.</p> <p>2. Este término se lo utiliza para menospreciar a alguien por carecer de información sobre algún tema.</p> <p>3. Tener huevos hace referencia a ser valiente, ser capaz para hacer o decir algo a alguien.</p> <p>4. Es un término coloquial o insulto sobre el aparato reproductor femenino.</p>
<p>Plano formal/texto- contexto</p>	<p>Sutil: se hacen comentarios machistas sobre “tener huevos”, “ser hombre” y decir de frente las situaciones, así como también los insultos se manejan como humor, la violencia que existe entre los panelistas es manejado bajo lo cómico,</p>
	<p>Contexto: abordan la temática del equipo del Independiente, que ha ganado la copa sudamericana, se va debatiendo sobre el equipo de Barcelona también, al sólo contar con panelistas masculinos, se realizan bromas homofóbicas.</p>

<p>Número</p>	<p>8</p>
---------------	----------

Fecha	01-09-2022
Título	Esto es Fútbol YouTube - jueves de anécdotas, amor y peleas 01/09/2022 EC
Observaciones	Como se menciona se tratan temáticas de anécdotas sobre los periodistas y sus travesías en su labor
Plano significado/ texto	
Nivel de significados locales:	De carácter implícito o indirecto: 1. Hace referencia a que estuvo en el burdel 2. Hace referencia a conseguir hombría por acudir a algún burdel 3. Hace una burla el decir que no podía tener relaciones sexuales y lo tuvieron que ayudar.
Plano formal/texto- contexto	Sutil: todos los comportamientos y comentarios homofóbicos se los hace pasar por bromas y chistes. Contexto: Al ser un programa que cuenta únicamente con participación masculina, se abordan las temáticas y travesías de ellos en su profesión, también sólo se hacen bromas sexistas y homofóbicas.

Número	9
Fecha	19-09-2022
Título	Esto es Fútbol YouTube - El clásico fue #Torero ¿Hay final entre Ídolos? 19/09/2022 EC
Observaciones	Vito Muñoz, Washington, Esteban Dreer, Diego Arcos, Carlos Gálvez y Esteban Ávila
Plano significado/ texto	El programa cuenta con 98,542 visualizaciones ya que el título hace referencia al clásico que es el partido entre Barcelona y Emelec, y de ello es lo que va tratando el programa, así como el paso de Independiente y Aucas el campeonato ecuatoriano.
Nivel de significados locales:	De carácter implícito o indirecto: De carácter implícito o indirecto: 1. En el contexto que se menciona, se refiere a la persona torcida, ha desviado su preferencia sexual a una del mismo sexo.

<p>De carácter explícito o directo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “son una huevada” 2. “Neme hace lo que le da la puta madre 3. “hasta las huevas” 4. “ya pues chucha déjame hablar” 5. “evita hablar de Barcelona salado de mierda” 	<p>De carácter explícito o directo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) La expresión huevada se utiliza para expresar que una situación o hecho que no es irrelevante. 2) mediante la grosería, se refiere a que aquella persona hace lo que le venga en gana. 3) La expresión "hasta las huevas" se utiliza para expresar que una cosa está muy buena, o que es de buena calidad o que alguien tiene buen carácter y es aceptado por la mayoría 4) mediante el uso de malas palabras se intenta imponerse sobre los otros para desacreditarlos y verter la opinión intentando oscurecer al otro. 5) no se le permite hablar de aquel equipo ya que, le dará mala suerte en el campeonato,
<p>Plano formal/texto- contexto</p>	<p>Sutil: los mensajes homofóbicos son realizados mediante el humor de doble sentido, a modo de burlarse del otro, también el uso de las malas palabras es usado para imponerse sobre el otro, mostrando firmeza y enojo.</p>
	<p>Contexto: el programa se enfoca más en la participación y el torneo entre los equipos más populares de la costa conocido como el clásico, hablan temas de la directiva, de los problemas del público y las sanciones, también se interrumpen entre los panelistas y se atacan cono palabras ofensivas.</p>

<p>Número</p>	<p>10</p>
<p>Fecha</p>	<p>04-10-2022</p>
<p>Título</p>	<p>Esto es Fútbol Youtube - ¡CON CALMA! Las autoridades presentes a pesar del concierto 04/10/2022 EC https://www.youtube.com/watch?v=qN4VSJyA_T8</p>
<p>Observaciones</p>	<p>El título es llamativo ya que, al tener aquella palabra con mayúscula, crea interés, en ver que ha sucedido, los panelistas que participan son: Vito Muñoz, Carlos Víctor Morales, Washington, Esteban Dreer, Pocho Harb, Roberto Bonafont, Ufredo Borbor.</p>
<p>Plano significado/ texto</p>	<p>Inicia con el saludo y la nota de pesar sobre Joao Santiago Dino un futbolista que pasó por Barcelona y ha fallecido, posterior se tratan, anécdotas de cada uno</p>

	de los panelistas en el transcurso de su profesión como el de hacer entrevistas a grandes jugadores de fútbol de Barcelona.
Nivel de significados locales: De carácter implícito o indirecto: 1. “yo que lo llevé a la gata teresa, me va a enseñar a bailar a mi” 2. “a propósito de huevos hay que hablar de prostaeros” De carácter explícito o directo: 1. “siempre buscas un puchi para joder” 2. “se convierte en varón entre comillas” 3. “Dreer ha parido”	De carácter implícito o indirecto: 1. Hace mención que el al llevarlo al burdel y que es experto en bailes, no le puede enseñar otro. 2. Mencionando huevos, da la entrada para la publicidad sobre el aparato reproductor masculino. De carácter explícito o directo: 1. Siempre busca una excusa para molestarlo. 2. Hace referencia a que, si hace alguna cosa, ahí si se va a convertir en varón. 3. Se burlan ya que hacen referencia a que parió porque es mujer.
Plano formal/texto- contexto	Sutil: Manejan los clubs nocturnos, los espectáculos y los bailes como algo normal y natural, se lo hace con humor al referirse a aquellos burdeles y la prostitución como algo de burla.
	Contexto: de igual manera al solo encontrarse panelistas masculinos la temática del fútbol es abordada por cada uno de ellos, que participan, así como los comentarios sobre ir a lugares de prostitución se realizan de manera seguida.

Matriz obtenida de: (Browne, Del valle, Silva, Carvajal, & Inzulza, 2011). Diálogos: (Marca90)

