UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención del título de:

LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO RADIAL

AUTORAS:

CARLA ANDREA CHÁVEZ PALMA

GABRIELA ESTEFANIA FREIRE JÁCOME

DIRECTORA:

NINA AGUIAR MARIÑO

Quito, junio del 2014

DECLARATORIA DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotras	autorizamos	a	la Unive	rsidad	Politécnica	Salesiana	la	publicación	total	O
parcial de	este trabajo	le t	itulación	y su re	producción s	sin fines de	lu	cro.		

Además declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, junio de 2014

Gabriela Estefanía Freire Jácome

Carla Andrea Chávez Palma

CI: 1712108476-0 CI: 171995524-5

DEDICATORIA

A mi amada familia, en especial a Alexandra Jácome.

Gabriela Freire Jácome

Este trabajo está dedicado principalmente a Dios, quien me ha permitido llegar hasta aquí y poder compartir mi vida con personas maravillosas. A mis padres Juan Chávez y Sandra Palma porque toda su vida han luchado por darnos lo mejor y hoy les puedo devolver un poco de esa felicidad que me han brindado durante estos 25 años. A mi esposo Eduardo Bone por estar a mi lado incondicionalmente y acompañarme en este largo camino. A mi hermano Paul Chávez quien ha sido mi ejemplo y orgullo. A todas las personas que de alguna manera fueron el incentivo perfecto para empezar y culminar este duro pero increíble capítulo de mi vida.

Carla Andrea Chávez Palma

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Politécnica Salesiana, por abrir sus puertas a la carrera

que significa para nosotros una pasión, a todos los profesores y grandes amigos, quienes

han hecho de nuestra vida universitaria una experiencia enriquecedora tanto en lo

personal como en lo profesional.

Un agradecimiento especial a la Directora de carrera, a la vez profesora y amiga María

del Carmen Ramírez, por sus sabias enseñanzas impartidas, a Nelly Valbuena quien nos

ayudó en los inicios de esta tesis y nos encamino para poder ejecutarla, a nuestra tutora

Nina Aguiar, por estar al pendiente todo este tiempo y guiamos en la realización e

investigación de esta tesis.

A las personas de las radios Nueva Emisora Central, La Deportiva, Pichincha Universal

y Mach Deportes, por todo el apoyo brindado.

Carla Andrea Chávez Palma

Gabriela Estefanía Freire Jácome

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I	3
EL PERIODISMO DEPORTIVO RADIAL EN EL ECUADOR	3
1.1. La radio en el Ecuador	3
1.2. Periodismo deportivo radial	6
1.3. Campos de ejercicio del periodismo deportivo radial	14
1.3.1. El reportero deportivo	14
1.3.2. El relator y comentarista deportivo	17
1.3.3. El productor deportivo	19
1.3.4. El Co-productor deportivo	21
CAPÍTULO II	23
LA PROBLEMÁTICA DE GÉNERO	23
2.1. Lucha femenil por el posicionamiento y la igualdad	23
2.2. La mujer en la radio	26
2.3. Mujer, deporte y radio	28
2.4. Estereotipos socioculturales	32
2.5. Desigualdad laboral y segregación de género	37
2.6. Hacia un periodismo no sexista	43
CAPÍTULO III	50
ANÁLISIS SITUACIONAL	50
3.1. Análisis de resultados de entrevistas hombres	50
3.1.1. Nueva Emisora Central	50

3.1.2. Mach Deportes	53
3.1.3. Pichincha Universal	54
3.2. Análisis de resultados de entrevistas mujeres	55
3.2.1. Nueva Emisora Central	55
3.2.2. Mach Deportes	58
3.2.3. La Deportiva	60
3.3. Análisis de las entrevistas realizadas a los periodistas deportivos, hombi	es y
mujeres	63
3.4. Evaluación y resultados de las encuestas de profesionalización	65
3.4.1. Encuesta estudiantes Universidad Politécnica Salesiana	65
3.4.2. Tablas de encuestas realizadas al género femenino	66
3.4.3. Tablas de encuestas realizadas al género masculino	70
3.4.4. Encuesta realizada a la ciudadanía en general	74
3.4.4.1. Tablas de porcentajes de encuestas realizadas al sexo femenino	76
3.4.4.2. Tablas de porcentajes de encuestas realizadas al sexo masculino _	85
CAPÍTULO IV	88
LEY DE COMUNICACIÓN	88
4.1. Análisis de resultados en función de la ley de Comunicación	88
CONCLUSIONES	91
RECOMENDACIONES	93
LISTA DE REFERENCIAS	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 La misma palabra con distinto significado	46
Tabla 2 Pregunta No. 1 ¿Cree usted que en el ejercicio periodístico deportivo en Ecuador	
participan en mayor cantidad hombres o mujeres?	66
Tabla 3 Pregunta No. 2 ¿Considera importante que en el periodismo deportivo exista o debe	
existir equidad de género?	66
Tabla 4 Pregunta No. 3 ¿Cree que un programa tiene mayor audiencia cuando está conducido	
por?	67
Tabla 5 Pregunta No. 4 ¿Qué considera que ayudaría a la mujer interesarse y participar	
activamente en el periodismo deportivo?	67
Tabla 6 Pregunta No. 5 ¿Cuáles serían las causas que limitan o podrían limitar el acceso de la	
mujer en el periodismo deportivo?	68
Tabla 7 Pregunta No. 6 ¿Qué tipo de información prefiere escuchar o mirar en los diferentes	
medios de comunicación?	69
Tabla 8 Pregunta No. 7 ¿Qué medio de información prefiere para las noticias deportivas?	
Tabla 9 Pregunta No. 1 ¿Cree usted que en el ejercicio periodístico deportivo en Ecuador	
participan en mayor cantidad hombres o mujeres?	70
Tabla 10 Pregunta No. 2 ¿Considera importante que en el periodismo deportivo exista o debe	
existir equidad de género?	71
Tabla 11 Pregunta No. 3 ¿Cree que un programa tiene mayor audiencia cuando está conducido)
por?:	71
Tabla 12 Pregunta No. 4 ¿Qué considera que ayudaría a la mujer interesarse y participar	
activamente en el periodismo deportivo?	72
Tabla 13 Pregunta No. 5 ¿Cuáles serían las causas que limitan o podrían limitar el acceso de la	ì
mujer en el periodismo deportivo?	72
Tabla 14 Pregunta No. 6 ¿Qué tipo de información prefiere escuchar o mirar en los diferentes	
medios de comunicación?	73
Tabla 15 Pregunta No. 7 ¿Qué medio de información prefiere para las noticias deportivas?	
Tabla 16 Pregunta No. 1 ¿Le gustaría practicar al fútbol?	76
Tabla 17 Pregunta No. 2 ¿Le gustaría el periodismo deportivo, especialidad fútbol?	76
Tabla 18 Pregunta No. 3 : Cree que existen pocas muieres ejerciendo esta profesión?	77

Tabla 19 Pregunta No. 4 ¿Cree que el machismo ha sido un factor preponderante para que	•
existan pocas mujeres en el periodismo deportivo?	77
Tabla 20 Pregunta No. 5 Hoy existe un buen número de mujeres en el periodismo ¿Conoc	e por
qué no se deciden por el deportivo?	77
Tabla 21 Pregunta No. 6 ¿Es hincha de un equipo de fútbol?	78
Tabla 22 Pregunta No. 7 ¿Sabe la historia del fútbol dónde y cómo nace?	78
Tabla 23 Pregunta No. 8 ¿Conoce la historia del periodismo deportivo mundial y ecuatori	ano? 79
Tabla 24 Pregunta No. 9 ¿Conoce la historia de las radios deportivas ecuatorianas?	79
Tabla 25 Pregunta No. 10 ¿Conoce quién fue Blasco Moscoso Cuesta?	79
Tabla 26 Pregunta No. 11 ¿Conoce quién es Roberto Omar Machado?	80
Tabla 27 Pregunta No. 12 ¿Conoce quién es Julieta Estrella?	80
Tabla 28 Pregunta No. 13 ¿Conoce cuántos equipos de fútbol existen en la primera catego	oría
serie A del fútbol ecuatoriano?	81
Tabla 29 Pregunta No. 14 ¿Conoce qué equipo ecuatoriano tiene más campeonatos de fútl	bol? 81
Tabla 30 Pregunta No. 15 ¿Conoce qué equipo de Ecuador fue campeón de América?	81
Tabla 31 Pregunta No. 16 ¿Conoce qué equipo de Ecuador fue primer campeón internacio	onal?82
Tabla 32 Pregunta No. 17 ¿Conoce qué jugador ecuatoriano se destacó en Peñarol de Uru	guay?
	82
Tabla 33 Pregunta No. 18 ¿Conoce qué DT llevó a Ecuador por primera vez al mundial?	83
Tabla 34 Pregunta No. 19 ¿Conoce qué jugador ecuatoriano militó en el Perugia de Italia?	? 83
Tabla 35 Pregunta No. 20 ¿Conoce cuántos campeonatos del mundo tiene Inglaterra?	83
Tabla 36 Pregunta No. 21 ¿Conoce cuántos campeonatos de la Liga Europea tiene el F. C	
Barcelona?	84
Tabla 37 Pregunta No. 1 ¿Cree que una mujer debe incursionar en el periodismo deportivo	o?_ 85
Tabla 38 Pregunta No. 2 ¿Cree que el machismo ha sido un factor para que la mujer no	
incursione con fuerza en el periodismo deportivo?	85
Tabla 39 Pregunta No. 3 ¿Le gusta escuchar a una mujer relatando u opinando en un prog	rama
deportivo?	86
Tabla 40 Pregunta No. 4 ¿Le gustaría que exista igualdad de condiciones tanto para el hor	mbre
como para la mujer en una radio deportiva?	86
Tabla 41 Pregunta No. 5 ¿Conoce de mujeres que le gusten el periodismo deportivo?	86
Tabla 42 Pregunta No. 6 ¿Si está en sus manos la decisión que una mujer ingrese como	
periodista deportiva a una radio ¿lo haría?	87

RESUMEN

El presente trabajo se realizó tomando en cuenta todas las fuentes posibles para conocer una de las problemáticas sociales más influyentes y poco investigadas en nuestro país: "La mujer en el periodismo deportivo", con el objetivo de aportar para que el gobierno, las autoridades competentes y la sociedad en general tengan la posibilidad de trocar su pensamiento y se abran los espacios de inserción laboral hacia el sexo femenino, eliminando toda clase de obstáculos y estereotipos que han dañado su campo de acción.

Para el efecto se ha realizado una serie de entrevistas a personajes conocidos del periodismo deportivo tanto hombres como mujeres, para saber sus inquietudes, pensamientos y alternativas de solución en cuanto al tema, además se realizó una serie de encuestas a los estudiantes y ciudadanía en general, quienes se interesaron por mejorar la situación y apoyar para que la mujer logre espacios de equidad y oportunidades que por largos años les han sido negados.

Se ha hecho investigación a través de diferentes medios como libros, prensa escrita, radio, televisión e internet, para enfocar el problema y tomar los datos correspondientes que nos permitan acercarnos a sus orígenes, analizar los diferentes momentos históricos que en el transcurso del tiempo se han tejido en torno a su rezago en las actividades de desarrollo, hasta llegar a un punto de partida para la inclusión de la mujer en el campo laboral y de plano en el contexto deportivo, en el cual poco a poco se está abriendo caminos que le están posicionando como uno de los elementos importantes en el progreso de la comunicación y en general de los pueblos.

ABSTRACT

The present study was conducted taking into account all possible sources to learn about one of the most influential and little investigated in our country social problems: "women in sports journalism", in order to provide the Government, authorities and society in general have the possibility of trocar his thinking and open spaces of labour towards the female sexeliminating all obstacles and stereotypes that have damaged their field of action.

For the effect has conducted a series of interviews with sports journalism-known characters both men and women, to find out their concerns, thoughts and alternatives of solution on the issue, also held a series of surveys to students and citizenship in general, those who were interested in improving and supporting women to spaces of equity and opportunities that have been denied them for many years.

Has done research through different media such as books, newspapers, radio, television and internet, to focus on the problem and take the data that allow us to bring us closer to its origins, analyze the different historical moments that in the course of time have woven around their backwardness in development activities, up to a point of departure for the inclusion of women in the employment field and plane in the sporting context, which is gradually opening roads that are positioning him as one of the important elements in the progress of communication and in general of the peoples.

INTRODUCCIÓN

El periodismo en general es una noble profesión que se destina a servir a la comunidad con objetivos puntuales de informar, orientar y entretener. Dentro de esta actividad existen varios campos que se han ido consolidando, uno de ellos el periodismo deportivo, no obstante a lo largo de los años se ha establecido que el sexo masculino predomine en esta área, donde la mujer no ha tenido una participación destacada por diferentes motivos, ya sea por tradicionalismos, patriarcados o estereotipos que han mermado la función femenina en este y otros momentos de la vida.

Pero el periodismo nace con los medios de comunicación, en primera instancia la prensa escrita, luego el aparecimiento de la radio, después la televisión y en los últimos años el internet; en estos casos el periodismo marca un hito histórico en la información volviéndose influyente en el pensamiento de la humanidad. Sin embargo esta profesión empieza a tomar un tinte masculino que le da un aire patriarcal, como históricamente se ha desarrollado el mundo en todos los ámbitos. La mujer fue relegada de esta función por mucho tiempo, sin embargo poco a poco se ha ido incorporando hasta nuestros días con resultados muy interesantes. No así en el periodismo deportivo, donde aún persiste un generalizado número de varones que cumplen esta labor y en el que la mujer ha tenido que luchar incansablemente por tomar un lugar y alcanzar la tan anhelada igualdad de género.

El presente trabajo tiene como objetivo contribuir para que la mujer logre la inserción que se merece dentro del periodismo deportivo y así garantizar su efectiva participación social y satisfacción profesional, aportando con su talento al desarrollo de este campo y del país en general. Pero centraremos la investigación en cuatro emisoras específicas en la ciudad de Quito: Mach Deportes, La Deportiva, Pichincha Universal y Nueva Emisora Central. En estas estaciones radiales analizaremos el grado de participación de la mujer en el periodismo deportivo, así como su nivel de profesionalización, utilizando varios elementos que nos ayudarán a observar los resultados como: entrevistas, libros, artículos, documentos, encuestas a los y las profesionales de la comunicación, los

trabajadores y trabajadoras de cada uno de los medios, como también a la ciudadanía en general.

Para el desarrollo de esta indagación hemos recurrido a varias fuentes que nos han permitido conocer la realidad de este tema, que no solo se encaja en nuestro país, sino a nivel mundial. A través de libros, documentos, artículos, entrevistas, tanto físicas como electrónicas, hemos podido descubrir muchas limitantes que impiden un crecimiento humano y personal a las mujeres no solo en el periodismo deportivo, sino en diferentes circunstancias y actividades diarias.

Se hizo necesario recurrir a la historia de la radio para hallar un punto de partida de la participación de la mujer en este ámbito, introduciéndonos también en la historia del periodismo radial en el Ecuador donde se pudo conocer los campos de acción del comunicador, el ejercicio mismo de su profesión. En este contexto la mujer empieza una lucha por lograr un posicionamiento e igualdad de género que le permitan destacarse y demostrar sus habilidades en el medio de comunicación radial, pasando por el campo periodístico en general y el que nos concita en esta oportunidad, el deportivo. Descubriendo una serie de falencias intrínsecas del entorno como conductas interpuestas desde tiempos remotos que ha conllevado a desigualdades y segregacionismo de género, inclusive desde el propio lenguaje cayendo en el denominado periodismo sexista. Desde la perspectiva de los propios comunicadores y de la ciudadanía en general podemos conocer su interés por mejorar la situación de la mujer en el periodismo deportivo, de tal manera que los avances en esta materia han comenzado.

CAPÍTULO I

EL PERIODISMO DEPORTIVO RADIAL EN EL ECUADOR

1.1. La radio en el Ecuador

Los primeros pasos para el surgimiento de lo que hoy conocemos como medio de comunicación radial se remonta a principios del siglo XIX, con el físico italiano Alejandro Volta y su invento llamado "Pila de Volta", esta pila producía electricidad. Con ello empieza la construcción de los primeros telégrafos a cargo de Henry Cook, que fueron evolucionando gracias a Samuel Morse, quien creó el código Morse. Más tarde el matemático escocés Jakes Clerck Maxwell, expone su teoría dinámica del campo electromagnético, base para los fundamentos de la radioelectricidad. Luego Alexander Graham Bell, consigue que los sonidos se propaguen a través de un cable, propiciando la telefonía. (Media Radio, 2009)

En 1870 Maxwell presenta su teoría de ondas electromagnéticas que viajarían a la velocidad de la luz. Es entonces que aparece el descubrimiento y posterior medición de las ondas electromagnéticas, conocidas como hertzianas, en honor a las ideas de Heinrich Hertz en 1887, propiciando la creación del primer receptor de radio pero con características muy limitadas. Por esa misma época aparece Guillermo Marconi, quien aporta a la telegrafía sin hilos, permitiendo que las señales puedan propagarse unos 20 kilómetros de distancia. (Observatorio de Astronomía, 2003)

Ya en el siglo XX aparecen A. Fleming y Reginald .A. Fessenden, quienes aportan para concretar la transmisión de la voz humana. Fue en la Nochebuena de 1906, "(...) aquella noche memorable diversas personas hablaron por el inalámbrico; una pronunció un discurso, otra leyó un poema e incluso alguien tocó el violín. Este fue el nacimiento de la radio". (Stirt, 2010, pág. 84)

Ya en 1916 se inaugura la primera radio en la ciudad de Nueva York, proceso que va consolidándose con la formación de otras emisoras en Estados Unidos y Europa. Por el año 1935 se inicia el primer servicio de noticias para su distribución denominado Columbia Nexus Service.

En Ecuador, la era de la radiodifusión comienza en 1929 con la estación El Prado ubicada en Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo, surgiendo con la idea de servir a la colectividad a través de la cultura nacional:

Entre las obras de mayor trascendencia en materia de cultura y comunicación se debe colocar la creación de la Estación Radiodifusora 'El Prado', cuyo protagonista fue el Ing. Carlos Cordovez Borja. Según el investigador Mario Godoy, la fecha de la primera emisión de prueba fue el 27 de febrero de 1925, y la de la primera emisión normal fue el 13 de junio de 1929. (Ortiz C., 2009)

Según el historiador Mario Godoy, desde 1924 el Ing. Cordovez ya tenía algunos aparatos de telegrafía y radio y que en ese año estableció en Riobamba un Club de radioaficionados, además construyó en aquel entonces un transmisor de 50 vatios de potencia, de onda corta. Se dice en un documento de enero de 2004, que Carlos inventó una válvula para un equipo receptor de radio, antena de tubos en estrella, micrófono de cinta, ente otros aparatos; algunos de sus inventos fueron comprados por RCA de USA y fueron el origen de la radiodifusión en FM. Hasta 1939, estuvo en funcionamiento la estación radial cuando decidió viajar a Estados Unidos. Posteriormente regresó en 1942 para vender sus propiedades y establecerse en Conocoto hasta 1965, fecha en la que volvió a Norteamérica para morir un 21 de septiembre de 1972. Cordovez, se casó en 1922 con Judith Nolivos, quien participó en la radio, constituyéndose en la primera locutora de la radiodifusión ecuatoriana.

Se cuenta que en Guayaquil ya existieron los primeros aparatos receptores de radio que se introdujeron por los años 1925 a 1927. "Se dice que la primera transmisora cultural del puerto fue fundada por Francisco Andrade Arbaiza, con un transmisor construido en el barrio Las Peñas, a la que denomino Radio París". (San Félix, 1991, pág. 14) Para 1931 se crea la primera emisora en Quito y segunda en el país, gracias a la función misionera de Stuart Clarck y Clerence Jones:

Como un acontecimiento histórico el 25 de diciembre de 1931 se inaugura en Quito la Radio HCJB-La Voz de los Andes (Hoy Cristo Jesús Bendice). Esta radiodifusora se crea sin fines de lucro, su finalidad es evangelizadora, no comercial, pero desde su inicio hasta ahora ha dado prioridad e importancia a la música ecuatoriana, lo mismo que ha programas culturales. Es el centro de radiodifusión no gubernamental más grande del orbe, transmite en múltiples idiomas, las 24 horas del día para todo el mundo en onda corta, media y larga. (Pro Meneses, 1997, pág. 97)

Con el paso del tiempo continúa un proceso mediante el cual se inician nuevos proyectos radiales como el caso de Radio El Telégrafo en Guayaquil en 1935, a través del profesional alemán Juan Behr que promovía Diario El Telégrafo; Radio Quito, fundada en 1940, cuya principal anécdota sucedió el 12 de febrero de 1949 cuando sus productores decidieron dramatizar la obra de H.G. Wells, "La Guerra de los mundos", que causó pánico entre la población y el consiguiente incendio de los diarios El Comercio, Ultimas Noticias y Radio Quito, que funcionaban en el mismo local; Radio Cenit de Guayaquil que fue fundada en 1 de diciembre de 1941 por el también fundador de AER (Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión y Televisión), Washington Delgado Cepeda; la primera emisora que funcionó en Ambato fue radio "La Voz del Progreso", que surge luego del terremoto del 5 de agosto de 1949, luego esta emisora de onda corta se denominaría Radio Nacional Espejo, que perteneció a Gerardo Berborich, propietario de la Cadena Amarillo Azul y Rojo (matriz en Quito); Radio Cristal de Guayaquil

creada el 24 de febrero de 1957 por Carlos Armando Romero Rodas, con la característica del apoyo constante a los artistas nacionales como Julio Jaramillo. Además de Radio Continental en Ambato, Radio La Voz de Cochabamba de Cuenca y un sinnúmero de emisoras más.

Grandes producciones dramatizadas se proyectaron en las diferentes estaciones radiales creadas en esta etapa, como 'Kalimán', 'Rayo de Plata', 'Porfirio Cadena, el ojo de vidrio', además de historias creadas con talentos nacionales como: "Juan Francisco Felton, Carlos Navarrete, Jorge Pazmiño y Borja, Carlos Cortez (quien fue vicepresidente del Consejo Nacional Electoral (CNE) en el 2009), Blanca Salazar". (Ortiz F., 2009)

Hoy en día existen un sinnúmero de radioemisoras con diferentes estilos de programación, tanto habladas como musicales o combinando estos dos campos que se ubican en las frecuencias de amplitud modulada o frecuencia modulada, tomando fuerza esta última por la calidad de sonido y por los aparatos digitales que han sido fabricados con especificaciones más actuales los cuales ya no soportan la recepción de la señal de amplitud modulada.

1.2. Periodismo deportivo radial

Comenzaremos por conocer sobre el lenguaje radiofónico el cual nos libera de la unidireccionalidad de la atención al ser percibido con los oídos, a diferencia de los ojos en relación a las imágenes. No obstante podemos construir las representaciones con nuestra imaginación ayudados precisamente por la voz, la música, los efectos sonoros y los silencios, elementos destacados del lenguaje radiofónico, en su conjugación, tienen la potencialidad de configurar imágenes sensoriales, que desde el oído apelan a otros sentidos y nos permiten, como oyentes, levantarlas en nuestra imaginación, de ese modo cada imagen toma una forma única y particular para cada persona que esté dispuesta a recibirla e interpretarla.

El lenguaje utilizado en la radio fue evolucionando a través del tiempo y del uso, cada vez más se apreció el valor y fuerza propia que adquiría, pero también se lo esquematizó, convirtiéndose en un lenguaje auténtico definiendo su gramática y su sintaxis. El periodismo en general, incorporó su propio lenguaje de uso frecuente para la transmisión de noticias y demás. En este sentido el periodismo deportivo instauró múltiples códigos lingüísticos para llevar a los oyentes hechos y acciones que ocurren dentro de un escenario deportivo. Sin embargo no siempre este lenguaje llenaba las expectativas de los escuchas, en muchos casos no se tomaba en cuenta la persuasión que puede tener en el público.

El lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radio oyentes. (Balsebre, 1996, pág. 27)

Los informadores de temas deportivos tanto en los medios impresos como en los radiales y televisivos, en primera instancia, no fueron precisamente gente preparada, sino aficionados al deporte o que cumplían una disciplina específica y que deseaban dar a conocer a nivel general la importancia de un ejercicio que permita mejorar las condiciones humanas en la vida cotidiana. El abordaje que se hacía de los hechos y de la información tenía sus particularidades, "(...) realizaban comentarios con el estilo propio de la época, retórico y floreado". (Alcoba A. L., 2001, pág. 41)

Prácticamente empieza a surgir lo que significaría el periodismo deportivo, pues la demanda de noticias e información deportiva fue incrementándose. Los dueños de los medios veían la necesidad de contratar personal que se encargue de esta sección. En nuestro país, así mismo, los primeros difusores de temas deportivos fueron aficionados que poco a poco crearon un estilo propio que fue reconocido a nivel de la audiencia popular. En 1945 se fundó el Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador en la ciudad de Guayaquil, que con el pasar de los años ha tomado fuerza sobre todo en Pichincha, así se han formado periodistas deportivos como Carlos Efraín Machado, Blasco Moscoso Cuesta, Carlos Rodríguez Coll, Oswaldo Rodríguez Coll, Alfonso Laso (Pancho Moreno), José Granizo, Patricio Díaz, entre otros; sin embargo las mujeres no han tenido un sitio primordial desde los inicios del aspecto deportivo radial.

La radio ha sido la principal protagonista de los momentos efusivos de la ciudadanía informando sobre diversas disciplinas deportivas, pero en especial del fútbol, que hoy por hoy se lo conoce como el 'rey de los deportes'. El tiempo ha permitido a los periodistas deportivos radiales convertirse en los ejes de lo que sucede en los escenarios deportivos para transmitirlos a los oyentes. La tecnología ha sido un factor preponderante para la consecución de este objetivo. La radio puso a su favor la inmediatez con la que puede difundir la información. Por ejemplo las transmisiones de fútbol empezaron a hacerse en directo y con esto la evolución de los periodistas y locutores, que tuvieron que esquematizar nuevos recursos lingüísticos para romper la reticencia del oyente por escuchar y creer lo que no puede ver.

El periodismo deportivo logró ubicarse al mismo nivel que las otras categorías de investigación periodística, pero con severas críticas de algunos grupos y sobre todo quienes propiciaban el uso adecuado del lenguaje. El periodista deportivo, en la actualidad, tiene funciones y responsabilidades similares a cualquier profesional en el ámbito investigativo, puesto que debe permanecer en la búsqueda constante de información, datos, estadísticas, entrevistas, reportajes, versiones, contrataciones y

demás que no solamente se encaja en el plano deportivo, pues hoy por hoy el periodista debe ser un conocedor del contexto social y político.

El deseo de estar informado de los pormenores de cuanto sucede en el panorama deportivo local, nacional e internacional, ha posibilitado una nueva figura en el periodismo: el periodista deportivo. Este personaje, fundamental en cualquier empresa periodística, ha conseguido situarse en una posición privilegiada dentro de la redacción de cualquier medio de comunicación. Los periodistas deportivos han pasado de ser tenidos como el eslabón más bajo del periodismo a posesionarse de las audiencias mayores a que aspira el empresario periodístico. (Alcoba A., 2001, pág. 142)

El periodismo deportivo empezó a despertar polémica desde sus inicios y lo sigue haciendo, porque para unos, quienes han venido desarrollando esta labor no están preparados para hacerlo, para otros se viola de manera permanente la objetividad y la independencia al comentar o narrar en favor de uno u otro equipo deportivo, lo que provoca una responsabilidad directa al generar violencia en los estadios entre hinchas. No obstante para una gran mayoría, hoy por hoy, el periodismo deportivo es un género propio, una de las canteras que revitaliza lenguaje y parte fundamental del espectáculo futbolístico, considerado por el uruguayo Eduardo Galeano uno de los fenómenos socioculturales más relevantes en su obra La Venas Abiertas de América Latina.

El milagreño Ecuador Martínez Collazo, fue el pionero en la locución nacional, siendo el narrador de la primera transmisión en directo a nivel internacional, el Sudamericano de Fútbol desarrollado en Lima en 1953. Trabajó en las emisoras históricas CRE y Atalaya. El quiteño Carlos Efraín Machado, fundador de Nueva Emisora Central, NEC, describe algunos personajes importantes de la locución y el periodismo deportivo, incluyendo a

Collazo: "Ecuador Martínez Collazo era un relator excepcional. Guillermo Jácome, era un muy buen locutor al que se lo conocía como 'el manco' y los monstruos eran Carlos Rodríguez Coll, Fabián Vizcaíno y José Calero Viteri. Tanto el personal de la NEC con 47 años en el mercado y Mach Radio dirigida por su hijo Roberto Omar Machado disputan su herencia radiofónica, pues la dinastía continua en los 92.9 FM" es el slogan de ésta última.

Otra dinastía quiteña representa Alfonso Laso Ayala de radio La Red quien se refirió en algún momento: "Tenemos varias escuelas. Por ejemplo hay una escuela vieja de relatores quiteños. Mi padre Alfonso Lasso Bermeo tiene un estilo donde se conjugan la precisión y emoción, esas son dos cosas básicas en el relato. Hay otras escuelas, por ejemplo la de Carlos Rodríguez Col, quien basaba mucho su relato en la información y decía cada minuto el marcador y el tiempo. Dejaba a un lado la descripción del partido, para dar información" resaltó. Su padre Alfonso Lasso Bermeo adicionalmente considera que "Siempre he tratado de ser preciso. Ponerle mucha emoción en los goles". Para el reconocido narrador Fabián Gallardo las tendencias las marcaron: "Ecuador Martínez, quien ha hecho escuela. Yo me forme escuchándolo a él, le imitaba incluso cuando era niño, pero cada quien debe crear su propio estilo, su propia identidad". Carlos Sandoval de director nacional de deportes de la red Sonorama FM., manifiesta: "Yo siempre admiré al fallecido Juan Carlos Rodríguez Coll, creo que él ha sido el mejor narrador deportivo".

En la historia del periodismo deportivo resalta los estilos que han tomado tanto costeños como serranos, los primeros un tanto explosivos, mientras los segundos con un aire picante. Estaciones como Atalaya, CRE, Súper K y Caravana en Guayaquil y radio Quito, Tarqui, La Red y Nueva Emisora Central en Quito; son referentes obligados del periodismo deportivo. Hablando de la capital, se vive un auge de nuevas estaciones deportivas especialmente en FM, porque la AM lamentablemente se ha quedado rezagada, ya sea por el sonido, la cobertura y las aparatos que poco a poco han ido

eliminando la banda radial; estaciones como La Deportiva de Oscar Portilla, han formado un gran equipo donde destaca Walter Safarián estadígrafo de Fox Sports. En lo que respecta a televisión, Portilla incluye el rostro femenino para la información de ciertos segmentos de su programa EGO que actualmente se transmite en RTU televisión y también para el ejercicio de reportera en la ciudad de Guayaquil, colaborando con detalles de los equipos de fútbol de esa ciudad. Roberto Omar Machado, hijo de Carlos Efraín Machado, ha formado un equipo deportivo en La Poderosa 92.9 Mach Radio. Han aparecido también nuevos espacios en por lo menos diez estaciones que no incluían deportes en su programación.

En la capital de Guayas por el contrario existe estancamiento. Atalaya es un recuerdo, CRE sufre de parálisis paradigmática y sus narradores y comentaristas se mantienen fieles a su estilo de hace cincuenta años. Sucre trata de sobrevivir en medio de un mar de deudas, Súper K se encuentra atascada en el inmovilismo propio de una estación intervenida por el estado y las demás no innovan o simplemente viven del trasbordo de figuras conocidas, que saltan de una emisora a otra con su hinchada. (Caballero A. M., 2012)

El periodismo deportivo incluye la franqueza del desarrollo de una situación, acontecimiento o evento, una definición de verdad, de ética, es exclusivamente ver lo que está ocurriendo y transmitirlo al público. El hinchismo o fanatismo por cualquier equipo no hay que hacerlo trascender, porque eso definitivamente es negativo, menciona un experto de la radio como y presidente de la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha, José Granizo. Al asumir el papel de comunicador, es necesario asumir una postura neutral, expresando su verdad pero acercándose a la realidad de los hechos, manifiesta otro de los personajes deportivos relevantes en la radio y televisión, Fabián Gallardo, quien conjuntamente con Robín Noboa y Fernando Baird, hacen otra de las radios especializadas en deporte, sobre todo el fútbol, como es Radio Rumba.

Las características de un narrador y comentarista son tener mucha capacidad de investigación y de lectura, capacidad de síntesis, ir al grano, decir directamente lo que al oyente le interesa, menciona por su parte el periodista deportivo Carlos Víctor Morales, figura de CRE de Guayaquil y ahora de Ecuador TV.

Un punto clave que debe tener todo periodista es la ética y responsabilidad social para informar con objetividad e imparcialidad. Al referirnos al campo deportivo, especialmente el fútbol, hablamos de que el periodista debe ser frontal y expresar su simpatía por un equipo de fútbol, pero jamás parcializarse para evitar contratiempos, además, emitir una opinión con conocimientos básicos, pero jamás pretendiendo ser el director técnico.

Otro de los factores importantes que deben caracterizar a un periodista deportivo es la credibilidad para alcanzar el reconocimiento y el respeto del aficionado de forma permanente. Y no podía faltar la vocación necesaria para ejercer esta profesión y no hacerlo por novelería o figuración, eso convierte a cualquier persona en un fracaso con el paso del tiempo.

Por otra parte quienes fungen de dueños de emisoras o directores deportivos, reclaman la no presencia de estudios superiores especializados en periodismo deportivo, por lo que la gran mayoría carece de una formación profesional. Para muchos entendidos en la materia se hace necesaria la práctica en las emisoras deportivas para que el estudiante conozca a fondo lo que realmente sucede dentro de la estructura deportiva, abrir los espacios incluso en las transmisiones deportivas que les resultarían beneficiosos porque se daría paso a una nueva generación de relatores o comentaristas. Pero en muchos de los casos esto no se manifiesta por intereses de los propios medios, que dicen cuidar sus espacios estelares.

La preparación del periodista deportivo aún sigue siendo un problema que tenemos y que todavía no se soluciona. La práctica es definitiva, porque no hay una universidad que enseñe sobre cómo relatar, cómo comentar o los diversos escenarios que debe enfrentar el reportero deportivo. La persona que ingresa a este mundo debe ser autodidacta, tener vocación para llegar a ser un excelente profesional porque la Universidad solo te da puntos referenciales y aún está divorciada de la realidad que se vive en las diferentes estaciones radiales y televisivas dentro de este campo. La preparación académica es un factor preponderante para esta carrera, pero el medio tendrá que ejercer una conjunción entre la preparación de un individuo y la práctica en tiempo real con el objetivo de transferir su conocimiento para beneficio tanto del profesional como de la institución, hasta que se concluya en un sistema mejor preparado en los centros de educación superior.

Existen casos en los que esta profesión se lo mira por debajo de los hombros por parte de colegas que tienen otro tipo de especialización, por el hecho de que en las universidades solo destacan el ámbito periodístico en general, pero no hay la especialización que es lo que falta en todas las instituciones superiores.

Con la vocación viene el amor por lo que se hace, en este caso el periodista deportivo, según comentan varios profesionales con tradición en este campo, no debe aspirar a hacerse millonario porque no es una actividad en la que se piense de esa manera, aunque llega a ser rentable para el caso de algunas emisoras radiales o televisivas, pero siempre prevalecerá una especie de romanticismo, es decir es una labor de mucho sacrificio, de comunicación con el oyente, con el televidente, de identificarse con la gente, de saber sus gustos y sinsabores, pensando en el trabajo como un servicio y no como un 'servirme'.

1.3. Campos de ejercicio del periodismo deportivo radial

1.3.1. El reportero deportivo

Luego de haber abordado la problemática en el campo del periodismo deportivo radial, debemos marcar los campos de acción en donde se desempeñará un individuo después de graduarse en una universidad, tras haber aprobado su carrera de periodismo y pese a las dificultades anotadas. Si su vocación es el periodismo deportivo, tendrá que iniciar como la gran mayoría comienza: 'desde abajo', ejerciendo lo que significa el desarrollo de la reportería y para ello debe enterarse de todo lo que ocurre a su alrededor en el campo deportivo, pero especialmente en el fútbol, que es la práctica que más sintonía alcanza en una estación radial. Nos enfocaremos principalmente en los campos de acción de las emisoras radiales Mach Deportes, La Deportiva, Pichincha Universal y Nueva Emisora Central.

La Poderosa, 92.9 FM (Mach Deportes), se transmite desde la ciudad de Quito, Ecuador, las 24 horas del día. Fue fundada el 21 de octubre de 1993 para complacer el gusto musical de los quiteños. Gracias a su combinación de la música tropical con el deporte se ha convertido entre la preferida de los ciudadanos de este hermoso sector. (Emisoras, 2012).

Es precisamente aquí donde la dinastía deportiva de los Machado continúa con Roberto Omar Machado, quien asumió el reto de ubicar a la estación entre las mejores de Quito, luego de haber trabajado junto a su padre por largos años en Nueva Emisora Central. En esta estación se da la oportunidad a los jóvenes talentos para que se desenvuelvan desde temprana edad en la reportería y más tarde, si sus aptitudes lo ameritan, lleguen a cargos importantes y por supuesto mejoras económicas. La mujer también está teniendo una oportunidad en este medio. "Creo que viene mucho con las condiciones innatas de la persona al relatar fútbol (...) En la radio tenemos gente que desde los 12 años va

formándose, tienen su espacio, tienen su programa deportivo. Señala Roberto Omar Machado". (Caballero A., 2012)

En cuanto a la emisora denominada ahora La Deportiva 99.3, que antes llevaba el nombre comercial de La Luna, explican que han venido trabajando desde hace cuatro años con las diferentes transmisiones deportivas, con varios "periodistas profesionales" que junto a Oscar Portilla, Vito Muñoz desde Guayaquil, Gonzalo Rodríguez, Jaime Galárraga, Pepe Granizo, Tarsicio Romero, Alfredo Encalada, Polo Carrera, entre otros, tratan de llevar adelante este proyecto.

(...) se ha hecho un esfuerzo grande para contar en nuestras filas con Walter Safarían, reconocido periodista y conductor de la Cadena Fox Sports Argentina, quien es un conocedor de los equipos ecuatorianos y además una de las voces autorizadas para emitir comentarios de fútbol nacional e internacional. (La Deportiva, 2013).

Su director Oscar Portilla ha tratado de llevar a los primeros lugares a esta estación radial y lo ha conseguido en poco tiempo, aunque para sus propósitos muy poco ha accedido a los servicios de jóvenes estudiantes para sus prácticas o quienes salen de las universidades listos para trabajar, quizá por su carácter fuerte y su sistema muy metódico y estricto para cumplir sus metas, como es su particularidad. Prefiere más bien gente con experiencia que sepa exactamente lo que hay que hacer con el propósito de conseguir posicionamiento y réditos económicos, necesarios para sostener un proyecto como estos. Sin embargo hemos escuchado y observado mujeres que hacen el papel de presentadoras, reporteras y productoras en algunos espacios deportivos tanto de la radio como de la televisión.

Somos la emisora pública ciudadana de la provincia de Pichincha, incluyente, participativa y democrática, que a través de la información, la educación y el entretenimiento, promovemos los derechos ciudadanos, la defensa del ambiente y la identidad de Pichincha proyectándose al Ecuador y al mundo. (Pichincha Universal, 2013).

Como se puede observar en la Radio Pichincha Universal existe poca preferencia por el deporte, sin embargo mantienen un espacio desde las 13h30 hasta las 15h00 de lunes a viernes y realizan también transmisiones deportivas de fútbol pero solo de ciertos equipos de Pichincha. Al ser una radio pública, se da preferencia a la juventud y a los nuevos talentos que egresan de las universidades para seguir consolidando el proyecto, lo que le convierte en una oportunidad para hombres y mujeres que desean ingresar en el mundo del periodismo no solo deportivo sino en general.

La amplia trayectoria deportiva de Radio Nueva Emisora Central la identifica como una de las pioneras en este campo, bajo la batuta del extinto Carlos Efraín Machado, fue consolidándose a través de los años y llegando a la preferencia del público quiteño hasta nuestros días; recordó antes de su muerte:

Yo fui un poco inventor del micrófono inalámbrico: me conseguía un foco quemado de 35 bujías y cogía una media de nylon de una de mis tías, le metía el foco y la tripa de la media era mi micrófono, cuando tenía 10 años. La narración deportiva fue una vocación. En mis comienzos, en un solo día transmití desde tres estadios: de 9h00 a 11h00 en el Estadio Atahualpa, luego salí en un vuelo especial de avioneta para Manta y el partido comenzó a las 12h00. Luego de ese partido, me fui en una camioneta a Guayaquil y llegué a las 17h30. Lo de transmitir desde diferentes ciudades del país nadie lo hacía en esa época. El locutor

quiteño veía a su equipo, el locutor guayaquileño veía al suyo y había un regionalismo tremendo. No tenía cabina y podía transmitir desde el borde de la cancha. Yo fui el que inició el relato directo desde los estadios. Tuve un éxito tremendo. En ocasiones me sangraba la garganta de tanto relatar, pero no le podía quedar mal a los muchachos (Miranda, 2012).

Así se iniciaba una larga trayectoria no solo de este periodista que por cierto se hizo en la práctica, sino también de la emisora que ha acogido a mucha gente que a la postre llegaron a ser grandes figuras del periodismo deportivo radial e incluso televisivo. Hoy en día continúa su labor incansable como medio de comunicación, dando la oportunidad a jóvenes estudiantes o graduados que tienen la vocación para ejercer esta noble profesión, pero también abriendo las puertas a quienes quieren hacerse en el camino. No hemos escuchado mayor preferencia para las mujeres aún.

1.3.2. El relator y comentarista deportivo

Otros de los campos de acción para quienes desean ejercer el periodismo deportivo es el relato, aunque como mencionamos anteriormente no existe una universidad que enseñe a relatar como lo anotan los propios periodistas deportivos de renombre como Roberto Omar Machado. Por ello el narrador se hace en la radio, en las prácticas constantes, en la oportunidad que el medio brinde a los muchachos que tienen la vocación para hacerlo. En nuestro medio existen varios periodistas deportivos con esta característica que sobresalen desde muchos años atrás como es el caso del extinto Petronio Salazar, considerado uno de los mejores en este campo de todos los tiempos en la costa ecuatoriana, especialmente en Guayaquil, aunque su origen haya sido serrano. Citamos también al propio Carlos Efraín Machado, quien llegó incluso a transmitir un mundial de fútbol por la televisión. Fabián Gallardo, quien se considera un autodidacta, señala que en la vida hay misiones que cumplir y le ha tocado ser narrador de fútbol y le encanta hacerlo. Alfonso Laso Bermeo, (Pancho Moreno), otra voz excepcional para el relato,

que igualmente se hizo en el camino, con su particularidad en la forma de narrar el gol. Su hijo Alfonso Laso Ayala, quien ha seguido los mismos pasos que su padre y que ha sabido conducir la radio por el sendero del éxito. El fallecido Carlos Rodríguez Coll, a quien se lo calificó como el hombre que televisaba el fútbol, su hermano Oswaldo Rodríguez Coll, con su lucidez y su veracidad para observar los acontecimientos en el campo de juego. Patricio Jarrín, indiscutible narrador del rey de los deportes. Oscar Portilla, con una trayectoria menos dilatada, pero que igualmente está haciendo historia y proyectando al deporte y a los medios hacia el futuro.

No alcanzaríamos a detallar a todos los relatores deportivos que han existido y existen al momento, pero queremos hacer notar una particularidad en todos ellos, que no solo se han dedicado al relato, sino también al comentario dentro de las transmisiones deportivas y en los diferentes espacios deportivos que se crean en cada una de las emisoras para hablar de las actividades y eventos que se llevan a efecto tanto a nivel nacional como internacional.

No hemos conocido todavía un caso excepcional de una mujer que se dedique a este campo, salvo Julieta Estrella, quien inició sus primeros pasos como reportera de la radio Tarqui, luego pasó por varias emisoras, mejorando su nivel incluso incursionando en el comentario deportivo, pero sin embargo no ha tenido la oportunidad de consolidarse en esta profesión por diferentes razones.

Muchos de los seguidores del programa Radiación Temprana, de Radio Canela, se preguntarán por qué ya no se escucha a Julieta Estrella, la locutora que por años acompañó al equipo de los "Canelocos". Julieta habló con Diario EXTRA y aseguró que su alejamiento de los micrófonos se debió a una decisión tomada por la gerencia de la radioemisora. Confesó que ahora está dedicada a su empresa de promoción de

espectáculos y a la representación artística. Es la mánager del talentoso grupo de salsa Metal Puro. Para Estrella, ha sido una experiencia muy enriquecedora el haber compartido con los "Canelocos": Jorge Yunda, Nick de Hitman, Patricio Díaz y el "Pasante", a quienes considera sus grandes amigos. Cuenta que el tema de la radio es un capítulo cerrado en su vida y que ahora se dedica al ciento por ciento a la producción musical con los artistas que se encuentran a su cargo. (Diario Extra, 2013)

En el caso de Gabriela Pazmiño, quien se dedica actualmente al comentario deportivo en Mach Deportes, es una mujer que está mejorando su conocimiento deportivo luego de varios años de experiencia, sobre todo en la pantalla de televisión, donde poco a poco fue despuntando, pero en radio aún no se ha consolidado. Existen múltiples razones por las cuales las mujeres no han tenido el protagonismo de los hombres en el deporte, una de ellas es la falta de oportunidades y la confianza que deben depositar en las damas para trabajar como periodistas deportivas radiales. En nuestras investigaciones también hemos escuchado un tanto relegada a Soledad Acosta, quien funge de presentadora de comerciales en La Deportiva y brindando algunos datos adicionales sobre los equipos de fútbol, así nos damos cuenta que aún existe marginalidad en cuanto el tema femenino en las radios deportivas.

1.3.3. El productor deportivo

Un campo de acción que no tiene protagonismo es la producción en general y en este caso la producción deportiva. Sin embargo todo lo que escuchamos al aire es generado precisamente por los productores, quienes se encargan de organizar la programación para que sea de interés para el oyente. No hay protagonismo en el sentido de ser conocidos por la afición, pero el trabajo es mucho más complejo desde atrás.

Un productor de radio tiene un papel clave en la creación del contenido de un programa de radio, pero usualmente no están involucrados en la presentación. El productor reúne a todos los diferentes aportes necesarios para un espectáculo, lo que garantiza que la transmisión es de una calidad suficientemente alta y que cumple con todas las normas de radiodifusión aplicables. Los productores de radio funcionan a través de muchos diferentes tipos de programación, tanto de música y basados en voz y el tamaño de la estación, por lo que es un trabajo muy variado. (Smith, 2010)

Los productores de radio deben tener ideas creativas para el contenido y organizar programas que reflejen el objetivo de la estación, además de tratar de satisfacer las necesidades del oyente. Deben pensar en el crecimiento de la audiencia porque eso significa mayor desarrollo económico para la estación, en base a la denominada pauta publicitaria. También deben tener las habilidades de investigación necesarias a la fuente de toda la información que va a incluir en el proceso de generación de un programa, ya sea la capacidad de acceder a bibliotecas físicas o virtuales, información fidedigna del tema que se propondrá, los formatos que se utilizarán para emitir la programación, los auspiciantes que se han interesado por publicitar en el espacio de radio, además de una comprensión completa de los derechos y obligaciones legales, es necesario que todos los programas sean compatibles con cualesquiera de las leyes aplicables de los medios. Hay que diferenciar entre productor y productor ejecutivo, este último se encarga de recabar el dinero necesario para iniciar con un proyecto, mientras el productor trabaja directamente con gerencia distribuyendo los recursos ya conseguidos para el programa o el medio, sin embargo en muy pocas emisoras de Quito, existe un productor ejecutivo, es el equipo de ventas quien se encarga de generar los negocios y reunirse con el productor o productores y el gerente para delinear el propósito que saldrá al aire.

El productor debe tener conocimientos de la operación y manejo de equipos tanto analógicos como digitales, deben estar familiarizados con las muchas especificaciones técnicas de los diferentes entornos de estudio tanto del de grabación como del que se transmite en vivo. Un buen productor de radio debe ser versátil y mantener buenas relaciones interpersonales, será capaz de construir una relación de confianza con la gente de todos los orígenes, desde el más humilde de contribución pública a la mayor estrella de la presentación. Ser un buen productor de radio tiene que ver con formar un buen equipo.

En este campo también existe presencia femenina, pero de igual manera son contadas las mujeres que laboran en el aspecto deportivo. Eso sí, en esta profesión existen centros de educación superior que imparten sus enseñanzas para la obtención de un título que avale su carrera y demostrar en la práctica todo el aprendizaje, de manera que se vuelve más asequible para los jóvenes graduados el encontrar un trabajo en esta área. En el medio por lo general se ha acostumbrado a ser una figura integral, desde productor, reportero, narrador y comentarista, lo que a la postre hace que una emisora pierda credibilidad ante la audiencia, pero el factor dinero al parecer se convierte en el impedimento para contratar personal dedicada a las diferentes áreas.

1.3.4. El Co-productor deportivo

El Co-productor deportivo viene a ser lo que anotamos en el párrafo anterior, un reportero, productor, editor, narrador y comentarista, cómo decíamos esto pierde un poco la expectativa que se genera en torno a un nuevo proyecto a cargo de un personaje así. En cambio existen co-productores que tienen su equipo deportivo a quienes delimita acciones y recursos para un proyecto. Pero por sobre todo el co-productor deportivo es aquel que financia el espacio radial tanto para el beneficio del propio dueño del espacio como para el medio radial, es decir se convierte en un productor ejecutivo. En definitiva es el periodista deportivo que ha alcanzado un reconocimiento de la afición, por lo tanto

tiene las posibilidades de concretar un espacio en una emisora y continuar con su trayectoria. Un ejemplo de ello es Oscar Portilla con La Deportiva y actualmente en RTU Televisión. No obstante, a varios de estos co-productores se les hace difícil sobresalir por diferentes factores, como: soy muy poco conocidos, por lo general solo les acompaña una o dos personas más que tampoco tienen dilatadas trayectorias; la falta de apoyo del medio; poca credibilidad o no son personas de fiar por algún antecedente recibido por los representantes del medio, entre otros. En el campo de la co-producción no se tiene datos sobre la participación de la mujer.

CAPÍTULO II

LA PROBLEMÁTICA DE GÉNERO

2.1. Lucha femenil por el posicionamiento y la igualdad

Desde hace mucho tiempo atrás la mujer ha estado en desigualdad de condiciones frente al hombre, no solo en el hogar sino también en los campos profesionales donde se ha dado prioridad al sexo masculino. Es cuando surge la necesidad de empezar una batalla por posicionarse y tener los mismos derechos que los hombres en cualquier campo, incluso en el periodismo deportivo.

El Fondo de la ONU para el Desarrollo de la Mujer (UNIFEM) presentó en 2009 su informe bianual, donde de cada 42 mujeres en los países desarrollados, solo una llega a obtener un cargo jerárquico o ejecutivo, mientras que la proporción entre los hombres varía entre 1 de cada 6 y 1 de cada 9. Otros resultados a escala mundial que presenta el informe indican que los objetivos de desarrollo planificados para el 2015 en materia de género podrían recién cumplirse hacia el 2047. Esto indica que, si bien es cierto que hubo cambios positivos para la incorporación de las mujeres en los ámbitos laborales y públicos, los mismos se generan a paso muy lento. Además, la brecha salarial por género es del 17% en el sector público y aún mayor en el sector privado.

En el mes de septiembre de 2010, en la sede de UNIFEM, Región Andina, parte de ONU Mujeres, en Quito, Ecuador, se celebró un conversatorio entre expertas que participaron como parte de la delegación ecuatoriana en la XI Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y El Caribe. En este documento se resalta sobre la XI Conferencia Regional, celebrada en Brasilia del 13 al 16 de julio de 2010, señalando que es el foro

intergubernamental más importante de la región en materia de análisis de políticas públicas desde una perspectiva de género. Las distintas expertas defendieron con satisfacción el alto nivel de la delegación ecuatoriana participante en la XI Conferencia, que sintonizó en sus planteamientos tanto con representaciones oficiales como de la sociedad civil organizada. Ana Lucía Herrera, como representante del Gobierno de Ecuador, refrendó en su intervención:

(...) el compromiso ineludible del Estado ecuatoriano con lo acordado en Brasilia. En su ponencia esta experta recordó los éxitos de la pasada Conferencia Regional, celebrada en Quito en el 2007, que impulsó la creación del Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, una herramienta que analiza y hace visible el cumplimiento de los acuerdos internacionales y contribuye al fortalecimiento de los mecanismos nacionales de género. (ONU Mujeres, 2010)

Sin olvidar los avances alcanzados en el pasado, las distintas ponentes dieron especial importancia a destacar los puntos débiles que se enfrentan de cara a implementar los derechos humanos de las mujeres en la región. En este sentido, María Cuvi recomendó: "(...) la necesidad de que se resuelva, por parte del Estado, la carga del trabajo no remunerado y destacó la importancia de dar a conocer con fuerza todas las desigualdades de género, y no sólo las relacionadas con temas de violencia, con el fin de favorecer un cambio de mentalidades". (UNIFEM, 2010).

Una organización se dedicó a la medición de la igualdad de género en la prensa mundial intentando determinar la presencia de las mujeres en los medios de comunicación. La investigación estuvo a cargo de la Fundación Internacional de Mujeres en los Medios (IWMF). La coordinadora de la investigación, Elisa Muñoz, coincide con Jane Ransom, ex directora ejecutiva de IWMF, respecto del avance de las mujeres periodistas en los medios señalando la probabilidad de que la tendencia indique que a nivel mundial haya

un estancamiento de los progresos en algunas áreas importantes de los medios; que si bien existen más mujeres trabajando en la profesión éstas están "sub-representadas en los altos niveles de administración". (Gutiérrez M. , 2009). Los datos fueron recolectados entre 66 países de África oriental, septentrional, austral y occidental, de América del Norte, América Latina y el Caribe, de Asia y el sudeste asiático, de Oceanía, de Europa oriental, occidental y nórdica, y de Medio Oriente. La muestra tomada va de 500 a 600 medios de comunicación –magnitud jamás realizada a nivel mundial para determinar la situación de las mujeres en los medios-, no tiene en cuenta a los medios cibernéticos, las revistas y las agencias de noticias.

La periodista Adela Ponce de León comentaba que en muchas oportunidades había escuchado sentencias donde se relaciona el ascenso de la mujer periodista con prácticas de seducción entre quien asciende y su jefe. Resuenan habitualmente frases como: 'no sé, es editora, se habrá acostado con alguien para llegar ahí'. Son prejuicios de corte machista que emergen en los espacios laborales tan fluidamente como las mismas tareas cotidianas, que hablan de un mundo privado expuesto en el hacer público laboral. Se convierten en un cliché de género.

Es un tema privado que descalifica, porque los hombres sienten a veces que la mujer puede competir con esas armas, que ellos no poseen. Sí, puede ser que algunas mujeres elijan ese camino, porque son inseguras y prefieran jugar ese juego antes que usar la inteligencia y la capacidad, pero no todas las que llegan lo hacen de esa manera. Entonces se asocia a las mujeres ambiciosas a esa imagen y parece que hasta tienen que pedir perdón por tener ambición de crecer. (Ponce de León, 2009).

La mujer ha dado un salto cualitativo y cuantitativo en los últimos años, no solo en nuestro país, sino a nivel mundial, la lucha por la igualdad de género a abierto puertas

pero ha cerrado otras, sin embargo no ha detenido a quienes por su carácter y competencia han surgido en puestos inimaginables para las mujeres, aunque todavía exista un cierto aire de rechazo hacia el posicionamiento femenino en todo tipo de terreno. Cuando se inició la etapa de la denominada liberación femenina, muchas entendieron que sus roles cambiarían para no solo dedicarse al hogar, sino también a prepararse en las escuelas, colegios y universidades con el objetivo de llegar a esos cargos que solo estaban reservados para los hombres; no obstante un gran porcentaje de mujeres mal interpretó la liberación, convirtiéndola en libertinaje, algo repudiable y que convierte no solo a la mujer, sino también al hombre en seres fracasados y sin rumbo fijo.

El posicionamiento de la mujer para alcanzar esa ansiada equidad de género continúa en batalla, porque aún persiste la discriminación y el rechazo, muy especialmente en el aspecto deportivo, tema que nos compete en la presente investigación. Son pocas las mujeres que se encuentran posicionadas y respetadas dentro de un medio de comunicación radial, pero que sin embargo todavía no ocupan cargos de privilegio o al menos como parte de directorios. Aún pasarán algunos años para que la mujer sea integrada a este difícil mundo de la comunicación deportiva, sin embargo la lucha avanza.

2.2. La mujer en la radio

Como hemos apuntado en las anotaciones anteriores, la historia de la mujer en la radio no ha sido del todo considerable, por diferentes factores, pero sobre todo por la inequidad de género. La disparidad sigue aumentando porque la mayoría de las veces, las mujeres son responsables de todas las actividades de la casa y los niños, dejándolas con muy poco tiempo para otras cosas fuera de la casa. A menudo las mujeres reciben menos ánimo y apoyo para participar en este tipo de actividades, las cuales tradicionalmente se cree que son parte del campo masculino.

En los medios de comunicación, la igualdad de género no significa sólo un igual número de hombres que de mujeres. Es un asunto mucho más profundo. Por supuesto, que ha habido algunas periodistas mujeres muy exitosas. Mujeres como Christiane Amanpour han derribado ciertos límites mientras cubrían las noticias que muchos podrían haber pensado que eran 'demasiado duras para una mujer'. (UNESCO, 2012).

Los medios de comunicación tienen un importante rol en la configuración de la sociedad. Si pensamos por un momento fue una mujer quien nos crió y desarrolló nuestras habilidades la mayor parte del tiempo posible, analicemos si las mujeres pudieran asumir el desafío de educar a los medios, serían capaces de combatir las informaciones sesgadas en relación a los temas de género. La igual representación en los medios es una importante forma en la que las mujeres puedan garantizar una mayor igualdad de género.

La mujer ha tenido una participación aceptable en los últimos años en el campo periodístico ecuatoriano, ya que ha incursionado en el campo de la reportería, investigación, producción, presentación, ejecutivas de ventas, relacionistas públicas, locución profesional, motivación auditiva, locución musical, entre otros, sin embargo aún no ha alcanzado esa igualdad de género que se espera; y además cabe destacar que en el periodismo deportivo su participación ha sido casi nula como lo hemos analizado. La mujer en la radio aún es un tema que no tiene asidero en el campo deportivo.

2.3. Mujer, deporte y radio

El componente principal de la nueva cultura de masas sin duda es el deporte, junto con otras manifestaciones de cultura popular tales como el cine, los festivales de música pop y los espectáculos de televisión. El deporte, ha sido difundido en la vida social de prácticamente todas las sociedades a lo largo del siglo XX, ahora se ha convertido en una industria lucrativa en el siglo XXI gracias a la influencia de los medios de comunicación.

El desarrollo en los años veinte y treinta de los periódicos y de la radio facilitó la rápida difusión de noticias y acontecimientos deportivos. Los intereses comerciales presentes en estos dos medios vieron desde un principio en el deporte una forma de atraer a más público. Los locutores y periodistas promovieron tanto al deporte como a los propios medios, embelleciendo las competiciones deportivas mediante el uso de sugerentes y espectaculares metáforas, en ocasiones de hipérboles, y de la creación de héroes. De este modo se fue desarrollando una afinidad recíproca entre los medios y el deporte.

La aparición en los años cincuenta de la televisión comercial contribuyó todavía más a reforzar esta afinidad recíproca entre deporte y medios de comunicación de masas, ya que desde un principio se comprobó que televisión y deporte se beneficiaban mutuamente de tal manera que, en la actualidad, resulta difícil pensar en una televisión que no incluya en su programación la retransmisión de partidos, campeonatos, ligas y exhibiciones deportivas, de igual manera que no cabe pensar en la popularidad universal que ha alcanzado el deporte sin la contribución de la televisión. Lo mismo sucede con la radio, es impensable hoy por hoy una radio sin que se hable del deporte, y sobre todo del fútbol, porque es el deporte que mueve masas y sentimientos.

El deporte es, para los grandes públicos, una diversión placentera que otrora no provocaba disputas peligrosas, pero en estos últimos tiempos se ha sabido de casos incluso de muerte entre aficionados de equipos de fútbol, por ejemplo: "Christian Alejandro Calvache Sánchez, de 26 años, murió el pasado domingo durante los enfrentamientos entre hinchas de la barra Muerte Blanca, en el encuentro en que LDU recibía al conjunto de Emelec". (El Telégrafo, 2012).

Por otra parte la utilización, por un lado, de los campeones deportivos en la publicidad, convertidos en figuras que comparten fama y popularidad con las estrellas de cine y de la televisión, y la adaptación de los productos comerciales a las metáforas del deporte, por otro, son dos mecanismos de gran éxito que se utilizan para establecer la identificación del aficionado con los productos comerciales. Por ello, los programas deportivos de mayor audiencia en la radio suelen estar generosamente patrocinados por las firmas comerciales interesadas en la publicidad que promueven tales programas. En el caso del deporte, las radios se han convertido en auténticos coautores del espectáculo deportivo. Los calendarios deportivos se han ido adaptando a las necesidades de programación, de igual modo que lo han hecho los reglamentos de los diferentes deportes. Son muchas las modalidades deportivas que han introducido en los últimos años importantes modificaciones en la forma de celebrarse sus encuentros deportivos con el fin de adecuarse a las exigencias radiales. El espectáculo deportivo de la radio ha cambiado profundamente el perfil del oyente, al haber ampliado enormemente las audiencias deportivas, a las que se trata de captar y mantener utilizando las tecnologías más avanzadas con el fin de mejorar la espectacularidad de las retransmisiones deportivas.

El relato deportivo periodístico también va cambiando de estilo. Los deportes se narran cada vez más como historias de ficción, y la información deportiva pasa entonces a convertirse en la prensa del corazón masculina. La necesidad de llenar cada vez más horas de información deportiva (actualmente es habitual que ente un partido de gran expectación las cadenas de radio estén emitiendo programas especiales durante toda la

tarde) hace que se informe de las cuestiones más insignificantes que uno pueda imaginar. A ello se une la tendencia a informar cada vez más sobre las vidas privadas de los grandes ídolos deportivos, de los que ya no es suficiente conocer acerca de sus hazañas atléticas, sino que se necesita saber todo lo concerniente a su vida íntima.

Cabe recordar que el deporte no era un mundo de mujeres y, además, los hombres no toleraban la presencia de ellas. Así, a diferencia de la masculina, la historia del deporte femenino comienza con las reivindicaciones de las mujeres por acceder al mismo. Y aún hoy, cuando la presencia numérica de las mujeres en el deporte es muy grande, éstas siguen siendo objeto de trato desigual, de acciones discriminatorias especialmente en el deporte vinculado a clubes y federaciones. Desde el punto de vista histórico, la posición de rechazo respecto a la incorporación de la mujer al deporte se acompañaba de un discurso patriarcal que dictaba lo que podían hacer o no en este ámbito. Como en tantas otras esferas de la vida, el médico, el padre (y, con frecuencia, la madre, actuando como reproductora de los valores dominantes) y el cura eran los encargados de transmitir estas normas. Partiendo de estas consideraciones, se establecían prescripciones muy concretas respecto a los deportes aptos para mujeres y a los que no lo eran.

Las mujeres se han ido incorporando al deporte de forma progresiva, aportando al mismo sus valores y modos de hacer, especialmente las deportistas de élite, que tienen mayor autoexigencia a pesar de que son objeto de mayores discriminaciones. También hay que señalar que todavía existe algún rechazo social en relación a la práctica de ciertos deportes por parte de mujeres. Cuanto mayor sea la distancia de los mismos respecto al estereotipo hegemónico de feminidad, mayor es el rechazo, como por ejemplo boxeo, rugby, halterofilia.

La presencia de la mujer en los medios de comunicación deportiva es una de las asignaturas pendientes en el mundo del deporte. A pesar de la incorporación de la mujer a la práctica deportiva en los últimos 25 años en la sociedad, todavía no se contempla a la mujer desempeñando labores relacionadas con el deporte, a no ser de entrenadora de deportes considerados femeninos. (Gutiérrez J. M., 2012)

Si bien es cierto que en las emisoras de radio se escuchan voces femeninas hablando de fútbol, en los espacios deportivos de los fines de semana, no es menos cierto que no aparecen en los programas estelares deportivos de la medianoche, aunque esta tendencia parece que últimamente se está rompiendo, quien sabe si para captar a la audiencia femenina, que es una parte muy importante del cerca de 2,5 millones de oyentes de la radio deportiva nocturna. Incluso hay mujeres que escriben pequeñas columnas en los grandes diarios deportivos, pero siempre buscando "el otro lado" de la noticia deportiva, o una visión femenina en un deporte de, por y para los hombres. Todavía el lenguaje periodístico deportivo no respeta en su mayor parte, salvo honrosas excepciones, el papel de la mujer en el deporte y la sociedad actual. Así es normal que cuando un equipo no juega como debería o no emplea la suficiente dureza se habla de que "jugaron como señoritas", o de que "parecían nenas". Pero si un equipo está jugando con dureza se recurre a la exaltación de la masculinidad, "juego viril". Por tanto debemos convenir que el estilo literario deportivo no ha asumido el papel que desempeñan las mujeres en el mundo del deporte en la actualidad.

Últimamente, las grandes marcas fabricantes de la ropa deportiva han vuelto su mirada a las mujeres y su relación con el mundo del deporte como un mercado sin explotar, creando líneas de ropa especialmente para mujeres deportistas, pero con un matiz diferente a la ropa deportiva para hombres, más con un estilo de ropa de vestir informal, dando por supuesto que estas mujeres jóvenes, urbanas y un tanto transgresoras, van a utilizar la ropa para todo menos para hacer deporte. Esta tendencia de ropa de vestir con aspecto deportivo se ha trasladado de la juventud a toda la población, pero las campañas publicitarias en revistas y vallas publicitarias utilizan únicamente la imagen femenina,

pero con un aspecto que se aleja del canon imperante en la publicidad, siendo mujeres con un aspecto y en una postura que nada tiene que ver con las poses del mundo de la moda femenina.

En el mundo del deporte queda mucho camino por recorrer respecto a las mujeres y su papel en la radio. La inclusión de mujeres periodistas en las plantillas de los grandes medios deportivos es una asignatura pendiente, ya que aún no han asumido que gran cantidad de sus lectores habituales son mujeres y reclaman un espacio propio en este mundo todavía "de hombres". La utilización de un lenguaje deportivo menos sexista y discriminatorio, sería un perfecto complemento para mejorar las relaciones del ámbito deportivo y los medios de comunicación con el universo femenino.

2.4. Estereotipos socioculturales

La investigación sobre la mujer en los medios surge en la década de los 70, marcando fuertemente con un tinte reivindicativo y crítico las imágenes estereotipadas de la mujer tanto en revistas como en los programas televisivos, y el abuso de la exhibición del cuerpo femenino en los mensajes publicitarios. El estereotipo femenino constituye la mujer siempre buena, pasiva, obediente, servil, tierna, maternal, ama de casa, amable, comprensiva, discreta, delicada, dependiente y sin iniciativa, administradora de parte del dinero del hombre en el ámbito hogareño, temerosa, afectiva, físicamente siempre joven, y con apoyo incondicional para el hombre. También con la afectividad, dependencia y preocupación por los demás. Según estudios realizados sobre la imagen de la mujer, podemos diferenciar distintos estereotipos femeninos:

a) La abuelita previsora:

Es invariablemente feliz porque ha solucionado su porvenir. Con mucha frecuencia aporta la felicidad a los miembros de su familia (hijos y nietos) preparando una deliciosa comida. Este personaje bienhechor y tutelar representa la continuidad, el arraigo de las tradiciones y de la tierra, el regreso a la simplicidad de la vida rural, la nobleza no contaminada de primigenio. Su imagen es la de un ser sonriente, sin achaques de salud y viste además con cierta coquetería sin excederse en que el sentido común considera "propio de su edad". Ha abandonado, desde luego, los vestidos negros tradicionales porque todo en ella trata de evocar la jovialidad y la eficaz actividad.

b) El ama de casa:

Son mujeres dedicadas a las tareas del hogar y cuyo fin es satisfacer a su marido e hijos. Tienen una apariencia real, joven, razonablemente atractivas para gustar a su marido, bien vestidas, de aspecto agradable y suelen aparecer en marcos neutros e inconcretos, sin referencia directa a la tarea del hogar tratando así de eludir la conexión con la mujer exc1usivamente como ama de casa, papel que frena su autorrealización. Estas tendencias intentan evadir las connotaciones negativas del trabajo doméstico para conseguir una mayor aceptación. Suelen ensalzar las cualidades del ama de casa: esfuerzo, dedicación, constancia y conocimiento. El ama de casa alimenta y cuida a su familia siendo posiblemente la hija la única ayuda con la que cuenta. Sólo en aquellos anuncios en los que el producto tiene como principal cualidad la facilidad de preparación de uso suelen aparecer también personajes masculinos, pero existe la sugerencia de que aquello es trabajo de mujeres.

En las relaciones familiares la madre representa lo cotidiano, lo permanente, lo funcional, es la que controla y vigila continuamente a los hijos.

c) La triunfadora profesional:

Arquetipo cada vez más frecuente en el mundo occidental. Es una chica independiente que comparte con el hombre una relación de paridad; una ejecutiva autónoma, desenvuelta, respetada en su trabajo y admirada por sus compañeros masculinos. Viste con pulcritud, pero sin estridencias, es hermosa y cautivadora, pero por encima de ello se la ve resolver con eficacia lo que parecen arduos problemas de gestión. Por tanto, parece que su éxito laboral es casi una consecuencia del atractivo personal, y eso es algo que se logra adquiriendo el producto en cuestión. Además, debe demostrar continuamente que ella es tan valiosa como un hombre para ese trabajo. También se da el caso en que la mujer trabajadora es un complemento de las labores despreciadas por un hombre.

d) La mujer objeto:

Es una práctica muy común en la que la mujer no tiene personalidad ni identidad, se muestra como un simple elemento susceptible de ser adquirido por cualquier hombre. Es un reclamo sexual, un cuerpo al servicio de la satisfacción masculina. Se trata de la manifestación sexista más clara y más atacada por los colectivos de mujeres. También indicaremos que la mujer objeto cumple distintas funciones dentro de este rol, no sólo la de reclamo sexual: La mujer adorno: aparecen como mujeres desprovistas de cualquier atisbo de inteligencia, cuyo único fin es adornar el cuadro, o lo que es lo mismo, poner insinuantes poses y sonreír. La mujer escaparate: la mujer va a ser el símbolo del triunfo masculino, será mostrada como un trofeo a través del cual el hombre conseguirá reconocimiento y admiración. La mujer se convierte en una posesión que el hombre ha de tener para mostrar su posición social. Las ropas y joyas que ella lleve indicaran el prestigio económico de él. Esta mujer no tiene identidad propia, no es nada sin su compañero, todo lo que tiene lo ha conseguido a través de él.

e) La mujer complemento:

Este estereotipo nos ofrece una visión sensual y atractiva de la mujer, la cual se siente feliz de poder satisfacer los deseos del hombre pues vive para ella, es la única

posibilidad que tiene, la convivencia con él. La mujer se doblega ante su dominador, su vida gira en torno a él.

f) La adolescente guay:

Es más informal. Gusta a los chicos, desde luego, pero todo sucede en la pandilla. En otros casos realzará claramente su estatus en esa tribu bulliciosa de amigos y amigas a la que el personaje pertenece. Dichas adolescentes gozan de buena salud, se mueven con gran dinamismo, tienen una silueta estilizada, visten con informalidad. Nada hace pensar que se están preparando para asumir un día de responsabilidades familiares.

g) Mujer y belleza

La mayoría de las presentadoras de los informativos deben ser atractivas, esta belleza también esta estereotipada en función del tipo de programa y de los destinatarios:

- El de mujer fatal: Una mujer voluptuosa, insinuante, misteriosa, cuya perversidad ha desaparecido desvaneciéndose con ella el temor masculino hacia este tipo de mujeres.
- 2) La mujer ninfa: ninfa de rasgos infantiles rodeada de un aura de inocencia y pureza simbolizada por velos y gasas blancas. La maligna intención seductora del personaje no se aprecia.
- 3) La unión de los dos modelos anteriores: Una mujer infantil y misteriosa, inocente y voluptuosa.

El estereotipo masculino:

Los estudios sobre la masculinidad surgen a raíz de los estudios de las mujeres, una vez que estas han podido desenmascararse, se ha procedido a desenmascarar los estereotipos masculinos. Diversos estudios sobre masculinidad revelan novedosos planteamientos históricos, psicológicos o antropológicos y especialmente sobre la obsesiva construcción de identidades masculinas agresivas, arrogantes, manipuladoras y/o prepotentes. El estereotipo masculino se asocia a la agresividad, independencia y competitividad. Un informe elaborado por el Instituto de la Mujer del Ministerio de Asuntos Sociales, destaca que "la imagen del hombre representa la autoridad, la sabiduría y la experiencia, así como las grandes realizaciones y profesiones les corresponden a ellos".

Estos estereotipos son:

- a. No hay masculinidad única y hegemónica. No existen modelos masculinos universales, sino una diversidad heterogénea de identidades masculinas y maneras de ser hombre.
- b. La visión dominante de la identidad masculina no constituye una esencia, sino una ideología de poder y aprensión a las mujeres que tiende a justificar la dominación masculina.
- c. La identidad masculina se aprende y, por tanto, también se puede cambiar.

Hay que señalar que la masculinidad es heterogénea, es importante desde el punto de vista educativo ya que ni todos los chicos ni hombres somos iguales. Mabel Burin afirma que es esencial volver a pensar sobre identidades masculinas.

(...) de manera que los varones puedan empezar a desarrollar visiones diferentes de sí mismos. En lugar de considerar que sus masculinidades estén dadas, podría delinearse un sentido crítico de la cultura patriarcal que los ha alejado de los vínculos emocionales significativos. No es una tarea fácil pero sigue siendo vital para el replanteamiento de las masculinidades. (Suárez, 2011).

En necesario que la labor educativa sea encaminada a la construcción de una verdadera masculinidad y feminidad que permitan distinguir los papeles de diferencia entre ambos sexos, por las condiciones físicas, pero de igualdad de género por las condiciones intelectuales con el fin de mejorar las relaciones de consenso y de colaboración tanto en el ámbito intimo como en la esfera pública, sin predominios ni exclusiones.

2.5. Desigualdad laboral y segregación de género

De acuerdo con varios estudios a nivel mundial, actualmente la diferencia salarial entre hombres y mujeres es muy significativa, por lo que necesariamente se utiliza el término 'discriminación salarial' siendo uno de los factores que perpetúa la desigualdad entre ambos sexos. Si tomamos en cuenta que en muchos casos la mujer debe aceptar cargos de mayor flexibilidad laboral por el hecho de equilibrar las necesidades del trabajo y la familia, de esta manera se está contribuyendo a la citada segregación laboral.

La segregación ocupacional es uno de los factores que se encuentra en el origen de este tipo de discriminación. La segregación horizontal y vertical que persiste en todo el mundo relega a las mujeres a determinados tipos de trabajo o les impide ocupar posiciones de liderazgo. Fruto de esta segregación existen los empleos considerados femeninos, que se remuneran peor. (Mujeres y CIA, 2013).

Si históricamente la mujer ha sido relegada no podíamos esperar otra cosa en la actualidad, es decir que el desempleo tenga un mayor porcentaje en la población femenina que en la masculina y al parecer no se prevén mejoras para los próximos años, así lo revela también el informe Tendencias Mundiales del Empleo de las Mujeres 2012 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Revelan que a nivel mundial, antes de la crisis, las diferencias entre hombres y mujeres en términos de desempleo y de

relación empleo-población se habían atenuado. Sin embargo la crisis revirtió esta tendencia en las regiones más afectadas. Se hace imperioso garantizar la igualdad de oportunidades para los dos sexos incluso como una estrategia económica rentable.

Si bien las mujeres contribuyen a la economía y a la productividad en todo el mundo, siguen enfrentando muchos obstáculos que les impiden realizar su pleno potencial económico. Esto no sólo inhibe a las mujeres, además frena el rendimiento económico y el crecimiento', declaró Michelle Bachelet, Directora Ejecutiva de ONU Mujeres, quien contribuyó con el informe. 'Garantizar la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres no sólo es una medida justa, es también una estrategia económica rentable', agregó. (La Razón, 2013).

Entre otras conclusiones se destaca que en el período de 2002 a 2007, la tasa de desempleo femenina se situó en 5,8 por ciento, comparada con 5,3 por ciento para los hombres. La crisis incrementó esta disparidad de 0,5 a 0,7 puntos porcentuales, y destruyó 13 millones de empleos para las mujeres. La diferencia de género en la relación empleo-población disminuyó levemente antes de la crisis, pero permaneció alta, en 24,5 puntos. La reducción fue particularmente alta en América Latina y el Caribe, en las economías avanzadas, en África y Oriente Medio.

En 2012, la proporción de mujeres en empleo vulnerable, es decir trabajadores familiares no remunerados y trabajadores por cuenta propia era de 50 por ciento y la de los hombres 48 por ciento. Pero las disparidades son mucho más grandes en África del Norte con 24 puntos porcentuales, y en Oriente Medio y África Subsahariana con 15 puntos porcentuales. Lo que indica que la segregación por sectores económicos muestra que las mujeres están más limitadas en su elección de empleo en todos los sectores. En las economías desarrolladas, el empleo de las mujeres en la industria se redujo a la

mitad, desplazando a 85 por ciento de ellas en los servicios, sobre todo en la educación y la salud. El indicador de segregación profesional muestra que las mujeres continúan estando segregadas en ciertos tipos específicos de profesión. Existe alguna evidencia de una disminución en los años 1990 y un estancamiento de esta convergencia durante la última década. "Las políticas dirigidas a reducir las disparidades de género pueden mejorar significativamente el crecimiento económico y los niveles de vida. En los países en desarrollo pueden contribuir de manera considerable con la reducción de la pobreza." (Salazar, J. / OIT, 2012)

El informe emplaza a los gobiernos mundiales a instaurar políticas en materia de protección social con el objetivo de reducir la vulnerabilidad de las mujeres. Debe haber inversión en competencias, educación y acceso a empleo que las favorezcan. Las medidas que en este campo se tomen, se encaminarán hacia la reducción de prejuicios de género dentro de los hogares con relación al trabajo y disminuir las disparidades de género en el ámbito laboral. Esto conlleva a buscar un equilibrio en la división del trabajo remunerado y no remunerado entre hombres y mujeres, específicamente con la promoción de programas que promuevan la repartición de responsabilidades familiares.

Se hace necesario llegar a desaparecer las desigualdades y generar una compensación en las oportunidades de empleo entre hombres y mujeres, a través de medidas que eliminen el impacto negativo de la interrupción de una actividad profesional por ejemplo con una licencia de maternidad remunerada y el derecho a regresar al puesto de trabajo.

Por otra parte los gobiernos deberán promover campañas de sensibilización para cambiar los estereotipos de género con el fin de garantizar la implementación de políticas contra la discriminación. De esta manera buscar la paridad entre géneros que permita avanzar en la superación de los obstáculos que impiden el normal funcionamiento de una sociedad civilizada y con ello el desarrollo óptimo de un país. Debemos pensar en las diferencias existentes entre hombres y mujeres, pero esto no debe ser pretexto para

alcanzar la igualdad anhelada. Un aspecto a diferenciar de la igualdad es la identidad, según las periodistas argentinas Sandra Chaher y Sonia Santoro, "la diferencia en los cuerpos tiene su contrario en la identidad de lo que es", explicando el término ontológico, en el cual 'onto' viene del griego 'to on', que determina 'lo que es' y 'logos' es 'el ordenamiento racional de lo que es', así precisan que la diferencia está en nuestra naturaleza.

Esta diferencia que está opuesta a la identidad, es una diferencia en la naturaleza. En cambio, la igualdad es un concepto político, no es metafísico u ontológico. La igualdad implica igual capacidad de derechos y a lo que se opone no es a la diferencia, se opone a la desigualdad. La desigualdad también es una relación política, es la relación política de no tener el mismo acceso a los derechos. Cuando exigimos igualdad política, entonces, no nos pueden responder que queremos identidad metafísica. ¿Podemos a la vez demandar igualdad y diferencia? ¿Es razonable? Es totalmente razonable, e incluso necesario. Exigimos que se tomen en cuenta las diferencias de nuestros cuerpos y que se nos otorgue igualdad política en nuestros derechos. Si no se tomaran en cuenta las diferencias, la ciudadanía sería algo abstracto y no podríamos ejercer nuestros derechos. (Chaher & Santoro, 2007, pág. 43)

Si hablamos de derechos, deben ser aplicados para todos, tomando en cuenta que la igualdad no significa identidad, de ahí que las diferencias entre hombres y mujeres existen, sin embargo no debe ser usado para segregar sino para establecer políticas que permitan llegar al entendimiento de una verdadera igualdad en todos los ámbitos de los derechos humanos. La tarea es incluir lo diferente, porque las mujeres y los hombres somos diferentes, aunque nos cueste comprender, entonces vamos a generar la igualdad entre quienes no somos idénticos.

La mujer ha sido segregada durante años en diferentes campos laborales que eran destinado exclusivamente a los hombres, como por ejemplo las Fuerzas Armadas; sin embargo en los últimos años se ha abierto las puertas al sexo femenino en distintas áreas de estas organizaciones gubernamentales. No obstante en diversos países latinoamericanos la situación no siempre se concibe y sigue siendo rechazada por algunos grupos sociales, abriendo el debate sobre el tema. El 12 de diciembre de 2012, la ministra de la Mujer en el Perú, Ana Jara Velásquez, escribió en su cuenta de Twitter: "Toda persona tiene derecho a la igualdad ante la ley. Nuestra Constitución así lo sanciona en su artículo 2. Nadie debe ser discriminado por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquiera otra índole". (El Comercio Perú, 2012) Poco a poco se instauran los avances en esta materia con políticas estatales que tratan de hacer cumplir los derechos de igualdad.

En un informe elaborado por la Central Unitaria de Trabajadores de Colombia, señala que el acoso laboral hacia las mujeres ha crecido 75% desde el 2008 y no solo se limita a lo sexual sino a las exigencias laborales en horarios extendidos y baja remuneración.

Las mujeres tienen mayor índice de desempleo (12,3 %), incluso por encima del promedio nacional (9,9 %), además de menor participación y ocupación en el mercado laboral y en la mitad de los casos, ellas están inactivas por dedicarse a los oficios del hogar, mientras que los hombres que se retiran de trabajar lo hacen principalmente para estudiar. (Ramírez J., 2013).

En este informe se señala que existen patrones culturales que necesitan mucho tiempo para que cambien. Según Daniel Hawkins, director de investigaciones de la Escuela Nacional Sindical de Colombia, esperan políticas más proactivas en promover una armonía laboral entre los hombres y las mujeres en términos de salarios y equidad.

Otras voces consideran que todavía no se ha creado trabajo decente para las mujeres porque continúa el paradigma de que ellas, por ser más queridas y responsables, pueden desempeñar trabajos con mano de obra más barata.

Si miramos las minas, canteras e hidrocarburos, hay una participación concentrada de hombres y si miramos comercio, servicios y confecciones, está completamente ocupado de mujeres; estos trabajos en los que ellas se desempeñan se caracterizan por informalidad, largas jornadas laborales y baja remuneración. (Ramírez, 2013)

Una de las soluciones, es que el hombre asuma una corresponsabilidad en el hogar, con los hijos, para que así la mujer también pueda salir de su casa, estudiar y acceder a empleos mejor remunerados y ascender profesionalmente, agregó.

En Ecuador se han emprendido retos en cuanto a disminuir la desigualdad laboral entre hombres y mujeres. Esta brecha no ha sido superada según la Encuesta Específica del Uso del Tiempo que realizó el INEC en el 2012, donde el tiempo total que las mujeres destinan a trabajar, solo 59,7% es remunerado, mientras en hombres es de 86,06%. El estudio concluye que 31 horas semanales destina la mujer a actividades domésticas y cuidado de personas. Para Yina del Pilar Quintana Zurita, presidenta de la Comisión de Transición para la definición de la Institucionalidad Pública que Garantice la Igualdad entre Hombres y Mujeres, señala que:

Hay urgencia de trabajar políticas públicas para cerrar la brecha de desigualdad. Al conocer la situación del trabajo femenino podemos aportar a la construcción de políticas para la erradicación de la pobreza, también nos permite contribuir a la conceptualización del trabajo de las

mujeres, cuestionando la división sexual del trabajo. Esta encuesta es el sustento para hacer pública la sobrecarga de trabajo que tienen las mujeres en su vida y la falta de autonomía económica. (Agencia ANDES, 2013)

En relación a la inserción de la mujer en el periodismo deportivo, dejando a un lado el segregacionismo y el rechazo, en los últimos tiempos las mujeres han luchado por ser parte del conglomerado periodístico en esta rama, pues ya eran parte activas de otras secciones en los medio de comunicación como farándula, vestirse bien, música o maquillajes de moda, escalando a la crónica social, política, económica y deportiva. En esta última van ganando espacio, pero aún sigue restringido a unas pocas. Aún en la mayoría de empresas ocupan cargos de menor relevancia, lejos de los puestos donde se toman decisiones importantes. Por ello se dice que la presencia de la mujer en los medios de comunicación es una las asignaturas pendientes en el mundo del deporte. A pesar de la incorporación de la mujer a la práctica del periodismo deportivo en los últimos 25 años, todavía existe un déficit de mujeres periodistas especializadas en el deporte. Si bien es cierto que en las emisoras de radio se escuchan voces femeninas hablando de fútbol principalmente, no es menos cierto que no aparecen en los programas estelares deportivos. Salvo los casos de la televisión donde en casi todos los medios denominados 'grandes' o de mayor trayectoria han incorporado en sus secciones deportivas a la mujer como protagonista de la información; probablemente esta tendencia sea para captar a la audiencia femenina, que es una parte muy importante.

2.6. Hacia un periodismo no sexista

Algo que aún persiste y que es considerado como sexista, es la imagen de la mujer en la publicidad deportiva, misma que va asociada a los cánones clásicos masculinos de belleza y atractivo físico; punto en el que se debe reforzar la idea de no utilizar las

imágenes femeninas o masculinas para promocionar un producto, sino que la creatividad prime para el efecto.

La introducción de la perspectiva de género en la información es una innovadora manera de mirar, de interpretar la realidad con otros ojos y de hacer posible que aparezcan distintas visiones del mundo. Permite que los medios de comunicación presenten a las mujeres como seres creativos, agentes principales, contribuyentes y beneficiarias del proceso de desarrollo –fomentando la idea de que los estereotipos sexistas son discriminatorios, degradantes y ofensivos- y ayuda que se abstengan de mostrarlas como seres inferiores, de explotarlas como objeto sexual y bien de consumo. (CIMAC, 2011, pág. 115)

El periodismo que fundamentalmente selecciona y jerarquiza la realidad para convertirla en noticia es vital para inducir pautas de reflexión y acción en la sociedad que hagan entender la violencia de género como un inaceptable social que demanda acciones urgentes por parte del Estado y de toda la sociedad. Los periodistas deben ser más sensibles y con una comprensión amplia de los factores estructurales que producen la violencia de género, por tanto comprometidos con la erradicación de estos crímenes. Se vuelve prioritario el poner sobre la agenda central el tema de la violencia machista, de ahí que se convierte en una preocupación de los medios, y por ende en una preocupación social y política. Su función es renovar el lenguaje, feminizar la comunicación y proponer nuevos paradigmas en las formas de ejercer el oficio, de manera que hombres y mujeres encontremos en el periodismo un ámbito amplio de comprensión de la realidad.

Hay que ser conscientes de que ciertos cubrimientos noticiosos ocultan y desvirtúan la realidad de violencia hacia las mujeres, como cuando se invisibiliza la relación de dominio del agresor sobre la mujer objeto de

violencia o se patologiza al agresor y se explica la agresión como algo instintivo e imposible de controlar. Términos como "bajos instintos", "sátiro", "depravado", "serial", son expresiones que terminan trivializando la noticia y sus consecuencias. (Charría A. Q., 2010, pág. 138)

En cuanto al lenguaje para definir los términos y que no contribuyan a fomentar el periodismo sexista, aún persiste la idea de masculinizar las palabras, por ejemplo todavía no es aceptado el término 'lideresa', simplemente se antepone el artículo 'la' para referirse a la líder. En varios medios aún utilizan el término 'la concejal' para referirse a las actividades de una funcionaria municipal, cuando lo correcto es decir 'la concejala'. Al menos está siendo utilizada a nivel mundial la palabra 'presidenta', debido al gran número de mujeres que han llegado a ocupar ese cargo importante dentro de un país. La lengua reproduce la realidad social en la que se vive; si queremos una sociedad más igualitaria, se hace necesario cuidar el lenguaje que se utiliza.

Sexismo: es la asignación de valores, roles y capacidades diferentes a hombres y mujeres en función de su sexo. El caso más común es referirse a las mujeres por sus cualidades físicas y estéticas y a los hombres por sus cualidades intelectuales. Son necesarios algunos cambios en el lenguaje para que se puedan nombrar a las mujeres y establecer una mirada más completa de la realidad. Ejemplo: la espectacular actriz. La mujer con las más bellas piernas del gobierno. (Fundación MAVI, 2010)

En cuanto a los términos que finalizan en o, no ha habido ninguna dificultad para hacer el femenino en a, de acuerdo con la regla general del español, pero no ha ocurrido lo mismo en los demás casos. Conserje mantiene una única forma para los dos sexos y no se admite conserja, si hacemos una búsqueda en el internet, podemos observar que

ciertas páginas colocan el término, pero la Real Academia no la acepta aún. Es aceptada concejala, edila y no fiscala.

En referencia a los pares aparentes: la misma palabra en masculino o femenino adquiere distinto significado, cuya acepción femenina corresponde a una cualidad negativa, subordinación o matiz sexual.

Tabla 1 La misma palabra con distinto significado

Cortesana: Prostituta	Cortesano: Que servía al Rey en la corte
Fulana: Prostituta	Fulano: Persona indeterminada
Individua: Mujer despreciable	Individuo: Persona indeterminada
Zorra: Prostituta	Zorro: Hombre astuto

Nota: Infogénero.net; por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Algunos medios, especialmente escritos se empeñan en continuar con términos sexistas, quizá porque no tienen conocimiento de su significado o porque sigue prevaleciendo la masculinidad en su redacción. Una forma habitual es equiparar a las mujeres con la infancia, dando por sentado que tienen cualidades semejantes, entre otras la debilidad y su necesidad de ser protegidas, por ejemplo, 'Las mujeres y los niños primero' o 'Mataron a 200 personas, entre ellas 70 mujeres y niños'. Desde hace tiempo se utiliza la lengua en forma neutra y el masculino sirve para el genérico y universal. Pero incluir a la mujer dentro del genérico la oculta, incluso en casos en que ella es la principal protagonista de una noticia. Se produce una sobrevaloración de lo masculino, las mujeres son las eternas ausentes. La participación de un solo hombre en cualquier actividad se considera suficiente para incluir a ese hombre y a ese grupo de mujeres en un masculino que no refleja la realidad, sino que nos aleja de ella. Un ejemplo de ello: "Denuncian la explotación sexual de niños en campos de refugiados". La pregunta es: ¿de niñas no? La Real Academia de la Lengua Española, admite hoy por hoy -aunque

con reglas no muy claras la feminización de muchos términos, en casos como cargos, profesiones y oficios que antes solo tenía género masculino.

En cuanto al término sexo, al colocar la palabra en los buscadores de internet, aparecen varias direcciones que solo llevan a sitios dedicados a lo sexual, a las relaciones sexuales o explicaciones sobre el tema, a 'resaltar las cualidades de la mujer', por su físico, a sitios y anuncios pornográficos, pero no se muestra ningún enlace sobre la definición de la palabra sexo, es decir lo masculino o femenino, peor aún un sitio informativo o educativo que brinde conocimiento sobre el tema.

Se hace imperioso hacer uso de un lenguaje no androcéntrico recurriendo a genéricos colectivos o abstractos. En este sentido nuestra lengua posee sustantivos que, ya tengan género gramatical femenino o masculino, nombran o se refieren simultáneamente a mujeres y hombres, por ejemplo los genéricos: persona, gente; alumnado, profesorado, vecindario, electorado. También están los abstractos: jefatura, abogacía, dirección, tesorería. Así podemos mencionar 'Ochenta por ciento de la clientela del restaurante" por "Ochenta por ciento de los clientes del restaurante". En otros casos podemos usar las perífrasis que resuelven la ambigüedad que ocasiona el masculino plural, si no es posible disponer de nombres genéricos, colectivos o abstractos. Así por ejemplo sería mejor: "Seis personas heridas tras gresca ocurrida en encuentro de fútbol" que "Seis heridos tras gresca ocurrida en encuentro de fútbol". Además debemos llegar a evitar construcciones que puedan resultar ambiguas como: "Para los que están en la banca de suplentes" por "Para quienes están en la banca de suplentes". Otro ejemplo sería: "Todos los aspirantes", mejor queda "Cada aspirante". El artículo 'lo' o 'los', siempre denota lo masculino, por ello en el lenguaje no sexista debemos omitirlo como por ejemplo: "Actos dirigidos a los profesionales del deporte" por "Actos dirigidos a profesionales del deporte". Tampoco debemos exagerar en el uso genérico o femenino de las palabras, ni inventar términos como por ejemplo 'profesionalas', porque eso ya vendría a dañar el uso del lenguaje.

Los sustantivos de una sola terminación para ambos géneros necesitan del articulo para diferenciar el sexo del referente, como ocurre con adquiriente, solicitante, compareciente, declarante, otorgante, denunciante, cedente, contribuyente, recurrente, representante, estudiante, docente, profesional, joven, garante, titular... En estos casos, cuando es posible omitir el artículo, se consigue englobar sin problema tanto a las mujeres como a los hombres. (Charría A., 2010, pág. 119)

Otro punto a tomar en cuenta es el uso que aún se le da a un signo que no tiene reproducción oral y por tanto no se recomienda su utilización porque no es un signo lingüístico, el caso de la @, que en el ámbito periodístico escrito se lo coloca para abarcar ambos sexos. De otra parte, es posible prescindir de la referencia directa al sujeto recurriendo al 'se' impersonal, como por ejemplo: 'Cuando el usuario solicite sus claves, deberá registrarse' por 'Cuando se solicite sus claves, se deberá registrars'.

La red de comunicación alternativa de la mujer para Latinoamérica y El Caribe, Fempress, desarrolló un "test de sexismo" a través del cual se debe evaluar durante dos o tres días los ejemplares de un periódico de circulación general, contestando las siguientes preguntas, con las que se conocerá si el medio es sexista o no:

- 1) En las páginas principales del diario a publicar el test, compara las entrevistas hechas a hombres, y las que se hacen a mujeres de alto rango en el gobierno o la empresa privada, como parte de las noticias principales del día. Contabilízalos. ¿Cuántas incluyen hombres y cuántas mujeres?
- 2) Las noticias relacionadas con mujeres de alta jerarquía en gobierno o industria privada van acompañadas de fotos de las entrevistadas. Compáralas con las noticias relacionadas con hombres que se acompañan con fotografías.

- 3) Cuando se entrevista a una mujer se le identifica como `la señora de Pérez' o la `señorita Pérez', en vez de Pérez o su título profesional.
- 4) Los artículos que incluyen entrevistas con ejecutivas o funcionarias tienen descripción física de las entrevistadas, como, por ejemplo, `la elegante ejecutiva', `la funcionaria vestía un conjunto de punto crema', `alta y delgada' o `de aspecto maternal'. A los ejecutivos, ¿se les describe de la misma manera?
- 5) En la sección de opinión/editorial se publican columnas escritas por mujeres sobre todos los temas. ¿Cuántos son escritos por hombres y cuántos por mujeres?
- 6) ¿Entre los anuncios incluyen algunos que explotan la sexualidad de la mujer; por ejemplo, modelos en traje de baño para vender losas de piso, lavadoras, autos y otros artículos?
- 7) ¿En las páginas principales del diario se incluyen artículos sobre violencia doméstica, adelantos de la mujer en la sociedad, temas relacionados con la lucha por mayor equidad y otros?
- 8) ¿El diario tiene una sección dedicada a la mujer y en ésta incluye sólo artículos de moda, comida y sociales?
- 9) ¿La sección de deportes tiene una o más reporteras?, ¿se cubre el deporte femenino?
- 10) Si el periódico tiene mujeres en su gerencia editorial, compara con cuántos hombres.
- 11) ¿El periódico utiliza lenguaje inclusivo? Por ejemplo, ellas y ellos, los niños y las niñas, mujeres y hombres, además de utilizar los títulos de juezas, ingenieras, médicas, arquitectas, ministras, etc.
- 12) Analiza los artículos de casos de violencia doméstica, ¿Cómo se cubre el caso? ¿Se dice que `él la mató porque la quería...' o `ésta es una historia de amor no correspondido', en vez de identificar el crimen como uno de violencia, sexismo y posesividad?

CAPÍTULO III

ANÁLISIS SITUACIONAL

Frente a la problemática de la mujer y su poca incursión en el periodismo deportivo radial por diferentes factores que hemos mencionado, se decidió realizar cuatro encuestas con preguntas muy puntuales; dos de ellas a periodistas deportivos hombres y periodistas deportivas mujeres que se encuentran en los medios: Nueva Emisora Central, Mach Deportes, Radio La Deportiva y Pichincha Universal; las dos restantes a la ciudadanía en general, tanto a hombres como a mujeres.

3.1. Análisis de resultados de entrevistas hombres

3.1.1. Nueva Emisora Central

Para la pregunta que planteamos para obtener respuestas de periodistas hombres: ¿Cree que el machismo ha sido un factor para que la mujer no incursione con fuerza en el periodismo deportivo? El director de deportes de Nueva Emisora Central, Efrén Cruz, cree que sí, "porque varios medios han permitido que la mujer no tenga cabida en este tipo de profesión; han tenido escepticismo a la hora de dar oportunidad al sexo femenino". (E. Cruz, comunicación personal, 16 de enero de 2014) En cambio el relator deportivo Ramiro Suárez, señala que desde el aparecimiento del fútbol esta disculpa viene a ser practicada por los hombres; "antes el hombre tenía muchos privilegios que es diferente, ahora las cosas han cambiado". (R. Suárez, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Johnny Vizcaíno, relator deportivo se mantiene en que "sí ha existido el machismo para que la mujer no incursione con fuerza en el aspecto deportivo; el deporte era una actividad exclusiva del hombre por muchos prejuicios, pero ahora la mujer ha logrado llegar a los medios deportivos y es interesante saber lo que piensa". (J. Vizcaíno, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Juan Pablo Atapuma, comentarista deportivo de esta estación, manifiesta que "este no ha sido un factor

preponderante porque más bien ha faltado por parte de la mujer mayor interés para incursionar en este campo". (J. P. Atapuma, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Frente a la pregunta: ¿Existen otros factores por los cuales la mujer no ha desarrollado esta carrera? Cruz, señala que otra de las causas por las cuales el sexo femenino no ha tenido asidero es porque "quizá se sienten cohibidas al participar con los hombres". (E. Cruz, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Suárez destaca que "el desconocimiento y la falta de práctica ha sido uno de los elementos por los cuales ha sido rezagada la mujer". (R. Suárez, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Para Vizcaíno, uno de los factores importantes ha sido la educación, "las universidades no brindan las oportunidades necesarias a la mujer para que se profesionalice en este tema". (J. Vizcaíno, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Finalmente Atapuma, cree que "las mujeres mismas se ponen obstáculos al no arriesgarse a participar activamente del deporte". (J. P. Atapuma, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Para la consulta: ¿Cree que existen las mismas oportunidades para el hombre y la mujer en el periodismo deportivo en su estación radial? El director de deportes Efrén Cruz, informa que "sí existen oportunidades en su medio, incluso hasta hace poco tenía tres compañeras. Además ahora hay dos mujeres reporteras desde la ciudad de Guayaquil". (E. Cruz, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Vizcaíno anota que "se están abriendo los espacios para que la mujer participe de los programas deportivos". (J. Vizcaíno, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Suárez opina lo mismo: "la mujer se está involucrando y se ha ganado su lugar" (R. Suárez, comunicación personal, 16 de enero de 2014). Atapuma enfatiza que "existen dos chicas trabajando en Nueva Emisora Central". (J. P. Atapuma, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En cuanto a la pregunta: ¿Cree que las mujeres tienen la capacidad de ejercer el periodismo deportivo? Cruz manifiesta que "al igual que los hombres, las mujeres saben mucho, sólo les falta oportunidades". (E. Cruz, comunicación personal, 16 de enero de 2014) En el caso de Vizcaíno, advierte que "solo es cuestión de demostrar las habilidades que sí tienen las mujeres". (J. Vizcaíno, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Suárez pone una objeción, señala que "le va a tomar más tiempo incursionar

por ejemplo en el relato deportivo, es muy difícil". (R. Suárez, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Para la duda: ¿Ve a una mujer dirigiendo un programa deportivo o sección deportes de su estación? Efrén Cruz, responde que sí, "a sus compañeras de Guayaquil, Marta Córdova y Michel Duque". (E. Cruz, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Vizcaíno afirma que "sí existen compañeras que dirigen programas deportivos, lo que significa que podrían llegar muy lejos". (J. Vizcaíno, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Suárez en cambio es enfático en señalar que "no ve a sus compañeras llegar a cargos de poder". (R. Suárez, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En cuanto a la Ley de Comunicación en referencia a las mimas condiciones tanto para el hombre como para la mujer, se realizó el siguiente cuestionamiento: ¿Se escogería personal solo por cumplir la ley o porque sí existe potencial en la mujer? El director deportivo admite "que las mujeres sí tienen potencial para el deporte y que a los radioescuchas les gusta oír a las mujeres tras el micrófono". (E. Cruz, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Vizcaíno señala que "se necesita saber cómo piensa la mujer en el tema del fútbol". (J. Vizcaíno, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Suárez piensa que "sí existe potencial, pero que las mujeres deben saber el grado de capacidad que tienen para desempeñar la profesión". (R. Suárez, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Atapuma opina algo similar.

Frente a la interrogación: Si tuviera la oportunidad de apoyar a una mujer para que ingrese como periodista deportiva, ¿lo haría? Cruz responde afirmativamente. Vizcaíno de igual forma, comenta que "las puertas están abiertas para el personal femenino". (J. Vizcaíno, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Suárez manifiesta que ha apoyado esta iniciativa y se las ha asesorado para que mejoren. Atapuma espera su participación.

3.1.2. Mach Deportes

Con la pregunta: ¿Cree que el machismo ha sido un factor para que la mujer no incursione con fuerza en el periodismo deportivo? El narrador Juan Fernando Laso de Mach Deportes, lo ratifica señalando que "ha sido un factor que perjudicado al periodismo deportivo". (J. F. Lasso, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Para el comentarista Luis Baldeón, la respuesta es afirmativa, sin embargo cree que "las mujeres no están preparadas porque no leen y no se instruyen sobre fútbol". (L. Baldeón, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Frente a la pregunta: ¿Existen otros factores por los cuales la mujer no ha desarrollado esta carrera? Laso opina que sigue existiendo tabúes de que las mujeres no tienen por qué hablar de fútbol. Baldeón en cambio enfatiza en que "el día en que las mujeres sean preparadas podrá incursionar en este ámbito con fuerza". (L. Baldeón, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Para la interrogante: ¿Cree que existen las mismas oportunidades para el hombre y la mujer en el periodismo deportivo en su estación radial? Juan Fernando manifiesta que tienen las mismas oportunidades dependiendo del talento de cada una. Baldeón cree que sí, pero que a las chicas les hace falta practicar.

En cuanto a la duda: ¿Cree que las mujeres tienen la capacidad de ejercer el periodismo deportivo? Laso sostiene que tienen mucha capacidad. Baldeón prefiere reservarse el criterio.

Para el cuestionamiento: ¿Ve a una mujer dirigiendo un programa deportivo o sección deportes de su estación? Laso es optimista en este aspecto y menciona que "sí tendrían capacidad para dirigir un espacio deportivo". (J. F. Lasso, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Baldeón asegura que sí, "pero con mucha dedicación". (L. Baldeón, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Con la consulta: Las condiciones son las mismas para hombres y mujeres según la Ley de Comunicación. ¿Se escogería personal solo por cumplir la ley o porque sí existe

potencial en la mujer? Juan Fernando señala que "en Mach deportes se escoge al personal femenino porque hay potencial". (J. F. Lasso, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Contrariamente Baldeón, manifiesta que "se escogería solo por cumplir la Ley". (L. Baldeón, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Frente al cuestionamiento: Si tuviera la oportunidad de apoyar a una mujer para que ingrese como periodista deportiva, ¿lo haría? Laso enfatiza en que sí, observando su talento y conocimiento sobre el tema. Baldeón señala que sí, pero se reserva una opinión al respecto.

3.1.3. Pichincha Universal

Con la interrogante: ¿Cree que el machismo ha sido un factor para que la mujer no incursione con fuerza en el periodismo deportivo? El comentarista de Pichincha Universal, Javier Bucheli, responde que sí ha sido un factor preponderante porque "durante décadas esta profesión ha sido destinada a los hombres, pero en los últimos años las mujeres han ido sorteando los obstáculos". (J. Bucheli, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Guido Campana, coordinador deportivo de Pichincha Universal, sostiene que "las mujeres han estado en otras tareas y no han podido incursionar en el periodismo deportivo como si está sucediendo hoy en día". (G. Campana, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Frente a la pregunta: ¿Existen otros factores por los cuales la mujer no ha desarrollado esta carrera? Bucheli argumenta que los tabúes han impedido que las mujeres se desarrollen en este medio. Campana manifiesta que los estereotipos han jugado "un factor clave para que la mujer no tenga las mismas oportunidades". (G. Campana, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Para la consulta: ¿Cree que existen las mismas oportunidades para el hombre y la mujer en el periodismo deportivo en su estación radial? Bucheli señala que "la igualdad de género debe primar, porque ambos pueden ejercer la profesión con la misma

responsabilidad". (J. Bucheli, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Contrariamente Campana opina que no existen oportunidades.

En cuanto al tema: ¿Cree que las mujeres tienen la capacidad de ejercer el periodismo deportivo? Bucheli se reserva la respuesta, mientras Campana dice que no tiene duda alguna, sin embargo advierte que "la mujer no tiene que ser una persona decorativa, debe demostrar su capacidad". (G. Campana, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Para la pregunta: ¿Ve a una mujer dirigiendo un programa deportivo o sección deportes de su estación? Bucheli enfatiza en que sí, y cita a su compañera María Soledad Rodríguez, señalando que es muy capaz. Campana comparte la opinión que las mujeres tienen la capacidad de hacerlo.

Con la duda: Las condiciones son las mismas para hombres y mujeres según la Ley de Comunicación. ¿Se escogería personal solo por cumplir la ley o porque sí existe potencial en la mujer? Bucheli afirma que se toma en consideración más la convicción de igualdad que tiene el medio. Campana sostiene que cada vez hay más mujeres por su capacidad.

Frente al cuestionamiento: Si tuviera la oportunidad de apoyar a una mujer para que ingrese como periodista deportiva, ¿lo haría? "Si es que han podido desarrollar su talento para el deporte", Bucheli enfatiza que sí. (J. Bucheli, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Campana comparte esta opinión, manifestando que si tiene la capacidad, por supuesto.

3.2. Análisis de resultados de entrevistas mujeres

3.2.1. Nueva Emisora Central

Frente a la pregunta: ¿Recuerda cómo le nació el gusto por el fútbol? Para Anita Guzmán, corresponsal desde Guayaquil para el medio y directora de Radio Universal en el Puerto Principal, admite que desde pequeña sintió gusto por el fútbol, "porque su

familia siempre la llevaba al estadio; aunque en un momento estudió otra carrera, pero finalmente se decidió por el periodismo deportivo". (A. Guzmán, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Con la interrogación: ¿Siempre supo que lo suyo era el periodismo deportivo? Anita Guzmán, recuerda con tristeza que un capítulo de su vida fue amargo, porque su hermano, quien estudiaba periodismo falleció y "por ello se alejó de este mundo, sin embargo tras doce años de seguir otras profesiones, se decidió finalmente por el deporte". (A. Guzmán, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En relación al cuestionamiento: ¿Le fue fácil hablar de fútbol y que la hinchada le crea? Anita, menciona que es bastante "raro, porque generalmente es tímida con las personas, pero frente al micrófono las ideas fluyen". (A. Guzmán, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En cuanto al tema: ¿Siente que la gente le exige más por ser mujer? Anita, argumenta que más bien las mujeres "somos las que nos exigimos más", porque aún persiste el machismo y por ello "estamos obligadas a demostrar que estamos en las mismas capacidades que los hombres". (A. Guzmán, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Con la pregunta: ¿Conoce a los periodistas deportivos de mayor trayectoria? Anita reconoce la labor de varios comunicadores deportivos de quienes menciona son un ejemplo a seguir como: Pedro Santos Molina, Ruddy Ortiz Iriarte, Carlos Víctor Morales, Gustavo Yépez, Roberto Meza.

Frente al interrogante: ¿Es hincha de un equipo de fútbol? Y ¿qué tanto sabe de ese equipo? Anita, hace alarde que es hincha de Emelec, dice conocer al equipo desde su Fundación, cuantas veces ha sido campeón, sus jugadores más importantes, en fin.

A la consulta: ¿Sabe la historia del fútbol... dónde y cómo nace? Así mismo la corresponsal guayaquileña nos narra que "nació en Inglaterra, como un deporte que fue reformándose y desarrollándose con el pasar de los años". (A. Guzmán, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En la interrogación: ¿Conoce la historia del periodismo deportivo mundial y ecuatoriano? Anita Guzmán, recuerda que así como nació el fútbol empezaron a existir las personas que realizaron las primeras transmisiones deportivas. En Ecuador hace alusión a periodistas como Carlos Efraín Machado, Petronio Salazar, Ecuador Martínez.

Frente a la duda: ¿Recuerda cómo llegó la propuesta para incursionar en este medio? Anita hace memoria y comenta que estudió en ITV cuyo director le escuchó hablar de fútbol con sus compañeros, la invitó a un programa deportivo que él tenía y se quedó a trabajar desde el 2006.

Otro de los cuestionamientos es: ¿Es cierto que entrevistar a futbolistas tiene cierta complicación porque algunos no tienen buen trato? Anita sostiene que en algunos casos los futbolistas "no tienen una buena educación y te contestan mal, en varios casos interpretan de otra manera el hecho de solicitar una entrevista". Nos comenta que una vez le sucedió con un jugador de fútbol a quien le solicitó su número de teléfono directo para coordinar una entrevista, frente a lo cual le había respondido que era casado y no podía compartir su número. Entonces Guzmán se enojó y le respondió que era una profesional y que no buscaba otra cosa que información deportiva. El problema llegó hasta los oídos de su Director deportivo e incluso "tuve que pedir disculpas al jugador". (A. Guzmán, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En la pregunta: ¿Cree que aún no existe un equilibrio de hombres y mujeres en el periodismo deportivo? Manifiesta que el porcentaje entre hombres y mujeres ha variado a favor de las últimas, pero se cree aún que el sexo femenino debe aceptar otro tipo de invitaciones, porque algunas hacen eso, "pero no todas somos iguales". (A. Guzmán, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Frente a la interrogación: ¿Cree que existe la capacidad necesaria en la mujer para ser narradora, comentarista o entrevistadora? Enfáticamente responde: "Por supuesto que sí, nosotras si nos proponemos somos capaces de hacernos un nombre en el periodismo deportivo". (A. Guzmán, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Con la interrogante: Al igual que los hombres, no existe una especialidad deportiva en la Universidad. ¿Cree que se siente capaz de llegar a un gran nivel con la práctica? Manifiesta que sí, ya que deben instruirse mediante seminarios y cursos.

En el cuestionamiento: ¿Se siente capaz de dirigir un programa deportivo? Aunque reconoce que la falta mucho, sí se siente capaz de dirigirlo, de hecho ella conduce un espacio en Radio Universal.

Frente a la duda: ¿Cree poder alcanzar sus metas en el periodismo deportivo llegando a niveles óptimos de la carrera? Responde con afirmación porque es una persona sobre todo autodidacta.

En la consulta: ¿Ayudaría a una mujer para que ingrese a su estación como periodista deportiva, si estaría en sus manos? Señala: "estamos para ayudarnos siempre y cuando tenga ganas de aprender y de superación". (A. Guzmán, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

3.2.2. Mach Deportes

Frente a la pregunta ¿Recuerda cómo le nació el gusto por el fútbol? La Comentarista de Mach Deportes, Hilda Elizabeth Ocampo, manifiesta que toda la vida le ha gustado este deporte. Como anécdota recuerda que un partido de la Copa Sudamericana le apasionó.

Con la interrogante: ¿Siempre supo que lo suyo era el periodismo deportivo? Hilda señala que no fue así, sin embargo lleva 16 años en los medios de comunicación, "de manera que lo estoy haciendo con agrado". (H. Ocampo, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En relación al cuestionamiento: ¿Le fue fácil hablar de fútbol y que la hinchada le crea? Elizabeth responde que al menos "me ha tomado dos años para que la hinchada reconozca mi labor". (H. Ocampo, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En cuanto a la pregunta: ¿Siente que la gente le exige más por ser mujer? Hilda señala afirmativamente porque "la gente te pide que sepas mucho" sobre el deporte. (H. Ocampo, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Con la duda: ¿Conoce a los periodistas deportivos de mayor trayectoria? Afirma conocerlos y nos da ejemplo: Alfonso Laso, Roberto Machado, Oscar Portilla, Vito Muñoz, Diego Arcos y Andrés Guschmer.

Frente al tema: ¿Es hincha de un equipo de fútbol? Y ¿qué tanto sabe de ese equipo? Reconoce que es hincha de Liga Deportiva Universitaria de Quito y que estuvo presente en la inauguración del estadio.

Con la pregunta: ¿Sabe la historia del fútbol... dónde y cómo nace? Hilda cuenta que "el fútbol nace en Inglaterra en 1916 y que luego llega hasta Argentina para avanzar a los demás países de Sudamérica". (H. Ocampo, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En la interrogación: ¿Conoce la historia del periodismo deportivo mundial y ecuatoriano? Hilda admite no conocerla.

Frente al cuestionamiento: ¿Recuerda cómo llegó la propuesta para incursionar en este medio? Hilda señala que la emoción que transmite el deporte la llevó a incursionar en el periodismo deportivo.

Otro de los cuestionamientos es: ¿Es cierto que entrevistar a futbolistas tiene cierta complicación porque algunos no tienen buen trato? Hilda enfatiza en que nunca ha tenido problemas con este tema. Ella realiza un segmento de perfiles.

En la pregunta: ¿Cree que aún no existe un equilibrio de hombres y mujeres en el periodismo deportivo? Es enfática en responder que "no existe equilibrio, los medios no se arriesgan con las mujeres". (H. Ocampo, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Frente a la interrogación: ¿Cree que existe la capacidad necesaria en la mujer para ser narradora, comentarista o entrevistadora? Hilda señala que la capacidad existe en la mujer para cualquier cargo.

Con la pregunta: Al igual que los hombres, no existe una especialidad deportiva en la Universidad. ¿Cree que se siente capaz de llegar a un gran nivel con la práctica? Hilda Elizabeth argumenta que es necesaria la práctica para llegar a un buen nivel en la profesión.

En el cuestionamiento: ¿Se siente capaz de dirigir un programa deportivo? Comenta que ya ha dirigido un programa deportivo y sugiere que "las mujeres deben estar preparadas y seguras de lo que hacen". (H. Ocampo, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Frente a la pregunta: ¿Cree poder alcanzar sus metas en el periodismo deportivo llegando a niveles óptimos de la carrera? En su caso, tiene aspiraciones de llegar a niveles internacionales.

3.2.3. La Deportiva

Frente a la pregunta ¿Recuerda cómo le nació el gusto por el fútbol? La locutora comercial Gabriela Acosta de La Deportiva, menciona que sí, porque "es un deporte con muchos seguidores y la pasión corre por sus venas". (G. Acosta, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Andrea Ruiz, reportera de La Deportiva, recuerda que cuando era niña se dio cuenta que le gustaba el fútbol, "gracias a mis primos con quienes lo practicaba". (A. Ruiz, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Y en la adolescencia se hizo más evidente gracias a sus "amigos futboleros".

Con la pregunta: ¿Siempre supo que lo suyo era el periodismo deportivo? Gabriela Acosta, rotundamente dice que no. Andrea también hace hincapié que no, y que a un principio iba a escoger una carrera alternativa al periodismo, sin embargo su decisión fue lo deportivo.

En relación al cuestionamiento: ¿Le fue fácil hablar de fútbol y que la hinchada le crea? Acosta dice que sí, pero admite que es complicado. Andrea Ruiz, reconoce que no porque a su parecer en este trabajo priman los hombres; "la confianza y la credibilidad se ganan realizando un buen trabajo". (A. Ruiz, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En cuanto a la pregunta: ¿Siente que la gente le exige más por ser mujer? Gabriela señala que sí, "porque en el medio están acostumbrados a trabajar con hombres y más en el ámbito comercial". (G. Acosta, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Ruiz, indica que en el mundo del periodismo deportivo "nos subestiman puesto que exigen más a los hombres que a nosotras las mujeres". (A. Ruiz, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Con la pregunta: ¿Conoce a los periodistas deportivos de mayor trayectoria? Gabriela dice conocer a Gonzalo Rodríguez, Polo Carrera, Alfredo Encalada. Mientras Andrea Ruiz, manifiesta conocer a Óscar Portilla, Tarcisio Romero, Roberto Omar Machado, Alfonso Laso, Roberto Bonafont, Vito Muñoz, Diego Arcos.

Frente al cuestionamiento: ¿Es hincha de un equipo de fútbol? Y ¿qué tanto sabe de ese equipo? Gabriela dice ser hincha de Aucas y El Nacional, sin embargo no conoce sus trayectorias. Ruiz, no da a conocer el nombre de su equipo, pero el trabajar en el medio ayuda a conocerlo mejor.

Con la pregunta: ¿Sabe la historia del fútbol... dónde y cómo nace? Gabriela menciona que el "fútbol nació en la época preincaica". (G. Acosta, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Así mismo Andrea Ruiz, comenta que existen datos que este deporte "nació en las antiguas civilizaciones para luego afirmarse en Inglaterra". (A. Ruiz, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En la interrogación: ¿Conoce la historia del periodismo deportivo mundial y ecuatoriano? Acosta manifiesta no conocer. De la misma manera Ruiz, admite no saber.

Frente a la pregunta: ¿Recuerda cómo llegó la propuesta para incursionar en este medio? Gabriela Acosta sí la recuerda pero no dio detalles. Mientras Andrea Ruiz, nos narra que

por las prácticas comunicativas en la universidad cuando tenía 19 años "tuvo la oportunidad de vincularse a este medio hasta la fecha". (A. Ruiz, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Otro de los cuestionamientos es: ¿Es cierto que entrevistar a futbolistas tiene cierta complicación porque algunos no tienen buen trato? Gabriela menciona que existen maneras de llegar hacia el entrevistado para evitar problemas. Ruiz afirma que "existen futbolistas que por el hecho de ser mujer no quieren hablar contigo y hay otros que solo se dedican a coquetear y no te toman en serio". (A. Ruiz, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Cuenta que una vez en el entrenamiento de un equipo de la costa uno de los jugadores fue grosero con ella.

En la pregunta: ¿Cree que aún no existe un equilibrio de hombres y mujeres en el periodismo deportivo? Enfáticamente Acosta responde que "no existe y falta presencia femenina". (G. Acosta, comunicación personal, 16 de enero de 2014) Ruiz afirma que no existe y menciona que hay medios que no poseen en su plantilla ninguna mujer.

Frente a la interrogación: ¿Cree que existe la capacidad necesaria en la mujer para ser narradora, comentarista o entrevistadora? Acosta refiere que falta confianza en las mujeres para llegar a estos puestos, pero que sí existe capacidad. Andrea lo afirma, refiriéndose a que toda persona que se ha formado en el ámbito periodístico tiene la capacidad. "Hoy en día sí hay ejemplos de mujeres que han incursionado en estos campos". (A. Ruiz, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

Con la pregunta: Al igual que los hombres, no existe una especialidad deportiva en la Universidad. ¿Cree que se siente capaz de llegar a un gran nivel con la práctica? Gabriela cree que sí. Ruiz señala que "en la práctica aprendes como debes entrevistar a futbolistas, algo que en las academias no imparten. Los representante del periodismo deportivo se han formado en la práctica y de alguna manera su escuela sirve para los jóvenes". (A. Ruiz, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En el cuestionamiento: ¿Se siente capaz de dirigir un programa deportivo? Acosta señala que es posible, "siempre y cuando se prepare el programa, con la documentación respectiva y aprendiendo más sobre el deporte". (G. Acosta, comunicación personal, 16

de enero de 2014) Andrea cree que aún no se siente capaz de dirigirlo, pese a tener la experiencia, según comenta.

Frente a la pregunta: ¿Cree poder alcanzar sus metas en el periodismo deportivo llegando a niveles óptimos de la carrera? Gabriela alude que las mujeres deben imponerse ese reto. Ruiz, reprende al sistema y señala que a veces esta carrera, aunque bonita y sacrificada, "depende de palancas". (A. Ruiz, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

En la interrogante: ¿Ayudaría a una mujer para que ingrese a su estación como periodista deportiva, si estaría en sus manos? Acosta acentúa que se debe ayudar al género y apoyarla en lo que necesite. Andrea refiere que las personas merecen oportunidades y que lo haría "encantada". (A. Ruiz, comunicación personal, 16 de enero de 2014)

3.3. Análisis de las entrevistas realizadas a los periodistas deportivos, hombres y mujeres

En un campo que ha sido destinado exclusivamente a los hombres desde que se inventó el fútbol, la mujer ha tenido poco espacio para desarrollar sus habilidades en el periodismo en general y en especial en el aspecto deportivo. Al realizar estas entrevistas podemos analizar que tanto hombres como mujeres defienden sus posiciones en cuanto a la participación del sexo femenino en los medios de comunicación especializados en el deporte.

Los hombres tienen una opinión con tendencia a que el machismo ha sido un factor determinante para que la mujer tenga oportunidades en los medios y se desarrolle, con más predisposición en las primeras décadas del periodismo; en los últimos veinte años las cosas han cambiado en favor de la mujer para que incursione en la franja deportiva. Otro de los pensamientos del sexo masculino es que la mujer ha tenido pocas

oportunidades en cuanto a educación en esta área, pero también ellas han estado rezagadas porque se sienten cohibidas frente al varón para ejercer las labores periodísticas. En los últimos tiempos las mujeres han tenido más oportunidades que antes para desarrollar esta profesión, pero necesitan mejorar sus habilidades y destrezas que sí las tienen. Por ejemplo existen mujeres que dirigen espacios deportivos y podrían llegar a dirigir incluso la sección deportiva o el mismo medio, pero especializándose más en este aspecto. Al escoger al personal femenino en una estación, se debe observar que las mujeres tengan potencial, que tengan ganas de aprender y de llegar muy lejos en la carrera. Aunque no todos los medios piensan igual, aún se escoge por cumplir con la Ley de Comunicación.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a profesionales del deporte mujeres, que están incursionando en los medios con gran acierto, el sexo femenino tiene potencial para demostrar que puede llegar muy lejos. Hay quienes afirman que el gusto por el deporte, especialmente el fútbol, les nació desde pequeñas y es por ello que se dedicaron a estudiar periodismo, bien sea en una universidad o en un centro de educación superior con el fin de conseguir el ingreso en algún medio de comunicación. Dentro de sus labores admiten que han tenido contratiempos y la lucha ha sido dura para no solo trabajar sino mantenerse en la preferencia de la hinchada. Varias de las mujeres entrevistadas demuestran que saben de fútbol desde su inicio, que conocen a los equipos y los jugadores, son hinchas de un equipo de fútbol, además de algunas figuras del periodismo deportivo que han marcado el camino en el Ecuador, y que los consideran un ejemplo a seguir. Al ser mujer (no todas) en ciertos momentos han tenido complicaciones con su trabajo, sobre todo al entrevistar jugadores de fútbol, porque algunos no les dan la importancia del caso. Todas reconocen que todavía no existe un equilibrio de oportunidades para hombres y mujeres en los medios de comunicación, enfatizando que se sienten capaces de ejercer las mismas funciones que desde siempre han venido desarrollando los hombres. Incluso pueden llegar a dirigir una sección deportiva, (de hecho una de las entrevistadas dirige uno) o quizá regir el medio de comunicación donde trabajan. Mencionan que sus aspiraciones son grandes para demostrar que las mujeres también deben ser tomadas en cuenta para el periodismo deportivo.

3.4. Evaluación y resultados de las encuestas de profesionalización

Se ha realizado una encuesta tanto a mujeres como a hombres estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, para conocer puntos de vista en cuanto a la participación de la mujer en los medios de comunicación y otros datos que interesan para el análisis del presente trabajo.

3.4.1. Encuesta estudiantes Universidad Politécnica Salesiana

En cuanto a las mujeres todas coinciden en que el ejercicio periodístico deportivo en el Ecuador tiene mayor participación de los hombres, por ello consideran que debe existir equidad de género, es decir igualdad de oportunidades para ambos sexos. La gran mayoría asegura que un programa deportivo tiene mayor audiencia cuando es conducido por mujeres y hombres. El sexo femenino considera que ayudaría a la mujer interesante y participar activamente en el periodismo deportivo si se desvirtúan los estereotipos y complejos de carácter social, además de obtener el mismo trato para hombres y mujeres. Entre las causas que limitan el acceso de la mujer al periodismo deportivo estarían, de acuerdo a las respuestas, la falta de oportunidades en el medio en su gran mayoría, precisamente los estereotipos, no disponer de un trato igualitario, que a las mujeres no les gusta los deportes, la falta de preparación para dicha profesión, un salario de acuerdo a su preparación y que los hombres no permiten su ingreso.

Por otra parte las mujeres prefieren escuchar en los diferentes medios de comunicación información de carácter social en mayor medida, seguido de los deportes, el medio

ambiente, la política y la economía. Y para enterarse de los deportes, las mujeres prefieren ver televisión, escuchar radio, observarlos por internet y muy poco revisarlos en la prensa escrita.

3.4.2. Tablas de encuestas realizadas al género femenino

Tabla 2 Pregunta No. 1 ¿Cree usted que en el ejercicio periodístico deportivo en Ecuador participan en mayor cantidad hombres o mujeres?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRES	18	100%
MUJERES	0	0%
TOTAL	18	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Las mujeres opinan que el cien por ciento participan hombres en el ámbito periodístico deportivo.

Tabla 3 Pregunta No. 2 ¿Considera importante que en el periodismo deportivo exista o debe existir equidad de género?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	18	100%
NO	0	0%
TOTAL	18	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Las mujeres consideran en un cien por ciento que en el periodismo debe existir equidad de género.

Tabla 4 Pregunta No. 3 ¿Cree que un programa tiene mayor audiencia cuando está conducido por?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRES	3	17%
MUJERES	1	6%
HOMBRES Y MUJERES	14	78%
TOTAL	18	100%

Las mujeres señalan en un setenta y ocho ciento que un programa tiene mayor audiencia cuando está conducido por hombres y mujeres. Un 17% por hombres y 6% por mujeres.

Tabla 5 Pregunta No. 4 ¿Qué considera que ayudaría a la mujer interesarse y participar activamente en el periodismo deportivo?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MAYOR CONFIANZA EN SI MISMA	1	5%
GARANTÍA DE OBTENER EL MISMO TRATO EN HOMBRES Y MUJERES	5	25%
UN SALARIO ACORDE A SU PREPARACIÓN	1	5%
DESVIRTUAR ESTEREOTIPOS DE CARÁCTER SOCIAL	13	65%
TOTAL	20	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

El sexo femenino opina que ayudaría a la mujer interesarse y participar activamente en el periodismo deportivo el desvirtuar estereotipos de carácter social en un 65%, mientras que la garantía de obtener el mismo trato en hombres y mujeres obtiene el 25%, frente a un uno por ciento de mayor confianza en sí misma y un salario acorde a su preparación.

Tabla 6 Pregunta No. 5 ¿Cuáles serían las causas que limitan o podrían limitar el acceso de la mujer en el periodismo deportivo?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
A CAUSA DE ESTEREOTIPOS	11	23%
NO GUSTAN LOS DEPORTES	4	8%
LOS HOMBRES NO PERMITEN SU INGRESO	3	6%
FALTA DE OPORTUNIDADES EN EL MEDIO	14	29%
UN SALARIO DE ACUERDO A SU PARTICIPACIÓN	3	6%
FALTA DE PREPARACIÓN EN DICHA PROFESIÓN	3	6%
NO DISPONER DE UN TRATO IGUALITARIO	10	21%
POR NO SER TRABAJO PARA MUJERES		0%
TOTAL	48	100%

La falta de oportunidades en el medio es un factor que limita el acceso de la mujer en el periodismo deportivo, así opinan el 29% de las mujeres encuestadas, seguido de un 23% por causa de estereotipos, además de no disponer de un trato igualitario con el 21%. El 8% opinan que no le gustan los deportes como causa, seguido de que los hombres no permiten su ingreso y de la falta de preparación en dicha profesión, argumenta el 6%. Por último nadie opina que no sea un trabajo para mujeres, como causa del no acceso de la mujer en el capo periodístico deportivo.

Tabla 7 Pregunta No. 6 ¿Qué tipo de información prefiere escuchar o mirar en los diferentes medios de comunicación?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SOCIAL	12	40%
ECONÓMICA	3	10%
POLÍTICA	3	10%
DEPORTIVA	7	23%
MEDIO AMBIENTE	5	17%
TOTAL	30	100%

Las mujeres prefieren escuchar noticias de carácter social en un 40% de las encuestadas, seguido de las deportivas con un 23%, enseguida viene las informaciones sobre medio ambiente con un 17% y con el 10% cada una, prefieren escuchar novedades sobre economía y política.

Tabla 8 Pregunta No. 7 ¿Qué medio de información prefiere para las noticias deportivas?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
RADIO	5	22%
TELEVISIÓN	12	52%
PRENSA	2	9%
INTERNET	4	17%
TOTAL	23	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

De un total de 23 respuestas el 52% de mujeres prefieren observar la televisión para informarse de deportes, el 22% lo hacen a través de la radio, seguido del 4% de internet y la prensa queda en última posición con el 2% para enterarse de las novedades deportivas.

Para el caso de los hombres, la gran mayoría considera que el ejercicio deportivo está gobernado por los hombres, advirtiendo que debería haber un trato igualitario para ambos sexos. Señalan que un programa tiene mayor sintonía cuando es conducido por hombres y mujeres al mismo tiempo. La garantía de obtener el mismo trato para hombres y mujeres, consideran que es un factor para que la mujer participe en el periodismo deportivo, además de mayor confianza en sí mismas y por último, desvirtuar estereotipos de carácter social. Al mencionar las causas que limitan el acceso de la mujer en el periodismo señalan en su mayoría que la falta de oportunidades en el medio, seguido de no disponer de un trato igualitario conjuntamente con la falta de preparación de dicha profesión y de que las mujeres no tienen preferencia por los deportes.

En cuanto a la información que gustan escuchar los hombres, sobresale en un cien por ciento los deportes, seguido muy poco de lo social y económico. Y su medio favorito para escucharlo es la televisión, con muy poca preferencia por la radio y el internet.

3.4.3. Tablas de encuestas realizadas al género masculino

Tabla 9 Pregunta No. 1 ¿Cree usted que en el ejercicio periodístico deportivo en Ecuador participan en mayor cantidad hombres o mujeres?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRES	17	89%
MUJERES	2	11%
TOTAL	19	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Los hombres opinan en un 89% por ciento que participa el sexo masculino en el ámbito periodístico deportivo.

Tabla 10 Pregunta No. 2 ¿Considera importante que en el periodismo deportivo exista o debe existir equidad de género?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	17	89%
NO	2	11%
TOTAL	19	100%

Los hombres consideran en un 89% que en el periodismo debe existir equidad de género.

Tabla 11 Pregunta No. 3 ¿Cree que un programa tiene mayor audiencia cuando está conducido por?:

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRES	1	6%
MUJERES	1	6%
HOMBRES Y MUJERES	16	88%
TOTAL	18	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Los hombres señalan en un ochenta y ocho por ciento que un programa tiene mayor audiencia cuando está conducido por hombres y mujeres. Un 6% solo por hombres o solo por mujeres.

Tabla 12 Pregunta No. 4 ¿Qué considera que ayudaría a la mujer interesarse y participar activamente en el periodismo deportivo?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MAYOR CONFIANZA EN SI MISMA	6	35%
GARANTÍA DE OBTENER EL MISMO TRATO EN HOMBRES Y MUJERES	7	41%
UN SALARIO ACORDE A SU PREPARACIÓN	0	0%
DESVIRTUAR ESTEREOTIPOS DE CARÁCTER SOCIAL	4	24%
TOTAL	17	100%

El sexo masculino opina que ayudaría a la mujer interesarse y participar activamente en el periodismo deportivo la garantía de obtener un trato en hombres y mujeres en un 41%, mientras que mayor confianza en sí misma obtiene el 35%, frente a un 4% el desvirtuar estereotipos de carácter social. Nadie de los encuestados opina que el salario acorde a su preparación sea un factor.

Tabla 13 Pregunta No. 5 ¿Cuáles serían las causas que limitan o podrían limitar el acceso de la mujer en el periodismo deportivo?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
A CAUSA DE ESTEREOTIPOS	1	5%
NO GUSTAN LOS DEPORTES	3	14%
LOS HOMBRES NO PERMITEN SU INGRESO	0	0%
FALTA DE OPORTUNIDADES EN EL MEDIO	9	43%
UN SALARIO DE ACUERDO A SU PARTICIPACIÓN	0	0%
FALTA DE PREPARACIÓN EN DICHA PROFESIÓN	4	19%
NO DISPONER DE UN TRATO IGUALITARIO	4	19%
POR NO SER TRABAJO PARA MUJERES	0	0%
TOTAL	21	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

La falta de oportunidades en el medio es un factor que limita el acceso de la mujer en el periodismo deportivo, así opinan el 43% de los hombres encuestados, seguido de un 19% por falta de preparación en dicha profesión y no disponer de un trato igualitario. El 14% opinan que no le gustan los deportes como causa, seguido de los estereotipos con 5%. Por último nadie opina que no sea un trabajo para mujeres, un salario acorde a su participación o los hombres no permiten su ingreso como causa del no acceso de la mujer en el capo periodístico deportivo.

Tabla 14 Pregunta No. 6 ¿Qué tipo de información prefiere escuchar o mirar en los diferentes medios de comunicación?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SOCIAL	2	10%
ECONÓMICA	1	5%
POLÍTICA	0	0%
DEPORTIVA	18	85%
MEDIO AMBIENTE	0	0%
TOTAL	21	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Los hombres prefieren escuchar noticias de carácter deportivo en un 85% de los encuestados, seguido de lejos de las sociales con un 10%, enseguida las informaciones económicas con un 5% y nadie desea escuchar sobre medioambiente.

Tabla 15 Pregunta No. 7 ¿Qué medio de información prefiere para las noticias deportivas?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
RADIO	3	16%
TELEVISIÓN	15	79%
PRENSA	0	0%
INTERNET	1	5%
TOTAL	19	100%

De un total de 19 respuestas el 79% de hombres prefieren observar la televisión para informarse de deportes, el 16% lo hacen a través del radio, seguido del 5% de internet y la prensa queda en última posición con el 0%.

3.4.4. Encuesta realizada a la ciudadanía en general

También se realizaron encuestas a mujeres y hombres de la ciudadanía en general para conocer su opinión acerca del tema deportivo en referencia a la mujer y su participación en los medios radiales.

En el caso de las mujeres, a todas las encuestadas les gustaría jugar fútbol porque es un deporte divertido y que ayuda a la salud física y mental. Manifestaron su deseo de ejercer el periodismo deportivo porque les parece interesante, se puede recibir información imparcial, porque las mujeres pueden destacarse en este ámbito, porque es un campo apasionante y porque se puede conocer más sobre este deporte. Sin embargo alguien anotó enfáticamente que no le gustaría, porque el 'periodismo deportivo es muy mediocre'.

Existen pocas mujeres ejerciendo este periodismo porque el machismo ha sido un factor que ha frenado su desempeño, mencionan, además que no existe equidad de género desde las autoridades del ramo y por los estereotipos conocidos hasta ahora. El miedo, indecisión o desconocimiento han sido elementos para que las mujeres no se inclinen al ejercicio del periodismo deportivo, porque en el general existen un gran número aplicándolo; sostienen además que el machismo y la falta de oportunidades tiene mucho que ver con el tema o porque consideran que el fútbol no es para mujeres. La mayoría de encuestadas admite ser hincha de un equipo de fútbol y conoce sobre su historia en unos casos, en otros lo suficiente y en otros señalan que no son fanáticas. Sobre la historia del fútbol un poco más de la mitad de las encuestadas desconoce cómo nació, pero el resto si tiene noción de los inicios de este deporte. Todas las encuestadas desconocen sobre el aparecimiento del periodismo mundial y ecuatoriano, así como la historia de las radios deportivas del Ecuador, excepto una de las interrogadas. El 70 por ciento dice conocer a uno de los periodistas deportivos que dieron lustre a Ecuador, Blasco Moscoso Cuesta. Mientras solo una persona dijo desconocer a Roberto Omar Machado, periodista deportivo vigente. La periodista deportiva Julieta Estrella, es conocida por el 70 por ciento de las mujeres encuestadas. Mientras tanto el 90 por ciento de mujeres conocen sobre el campeonato ecuatoriano de fútbol y sus equipos de primera división. Tres personas no conocen qué equipo tiene más campeonatos nacionales. Todas dijeron saber que Liga Deportiva Universitaria fue el campeón de la Copa Libertadores de América en el 2008. Frente al cuestionamiento de qué equipo fue el primer campeón del fútbol internacional, la mayoría afirmaba saber y dio por hecho que fue Liga de Quito, sin embargo según los registros de la historia, fue América de Quito, quien obtuvo un primer torneo a nivel internacional. Este equipo actualmente participa en la segunda categoría de Ecuador. Alberto Spencer, fue una gran figura del fútbol ecuatoriano en los años sesenta y setenta del siglo pasado, cinco mujeres de las nueve encuestadas dicen desconocerlo. El 80 por ciento tiene conocimiento que el estratega colombiano Hernán Darío Gómez, conocido como el 'bolillo', fue el que llevó a Ecuador a su primer mundial. Más de la mitad de mujeres no sabe que Iván Kaviedes militó en un equipo italiano: el Perugia. La mayoría afirma desconocer cuántos campeonatos mundiales tiene Inglaterra y cuántos tiene el Fútbol Club Barcelona de España.

3.4.4.1. Tablas de porcentajes de encuestas realizadas al sexo femenino

Tabla 16 Pregunta No. 1 ¿Le gustaría practicar al fútbol?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Las mujeres en un 100% les gustarían practicar el fútbol.

Tabla 17 Pregunta No. 2 ¿Le gustaría el periodismo deportivo, especialidad fútbol?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	9	90%
NO	1	10%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Las mujeres les gustarían ejercer el periodismo deportivo, especialidad fútbol en un 90%, mientras en el 10% opina que no estaría cómoda con esa profesión.

Tabla 18 Pregunta No. 3 ¿Cree que existen pocas mujeres ejerciendo esta profesión?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

El cien por ciento considera que esta profesión está dominada por los hombres.

Tabla 19 Pregunta No. 4 ¿Cree que el machismo ha sido un factor preponderante para que existan pocas mujeres en el periodismo deportivo?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	9	90%
NO	1	10%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

El 90% de las mujeres argumentan que el machismo ha sido un factor histórico que no ha permitido desarrollar a la mujer en esta carrera.

Tabla 20 Pregunta No. 5 Hoy existe un buen número de mujeres en el periodismo ¿Conoce por qué no se deciden por el deportivo?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

El 80% de las mujeres encuestadas dicen conocer el motivo por el que las mujeres no se deciden por el periodismo deportivo en especial, mientras el 20% restante lo desconoce.

Tabla 21 Pregunta No. 6 ¿Es hincha de un equipo de fútbol?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

El 80% de las mujeres dicen ser hinchas de un equipo de fútbol, mientras el porcentaje restante admite que no siente simpatía por ninguno.

Tabla 22 Pregunta No. 7 ¿Sabe la historia del fútbol... dónde y cómo nace?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	6	60%
NO	4	40%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Las mujeres encuestadas conocen dónde y cómo nace el fútbol en un 60%, mientras el 40% no lo sabe.

Tabla 23 Pregunta No. 8 ¿Conoce la historia del periodismo deportivo mundial y ecuatoriano?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	2	20%
NO	8	80%
TOTAL	10	100%

La mayoría de mujeres admitió no conocer la historia del periodismo mundial y ecuatoriano, el 20% restante dice conocerlo.

Tabla 24 Pregunta No. 9 ¿Conoce la historia de las radios deportivas ecuatorianas?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	2	20%
NO	8	80%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

El 80% de las mujeres encuestadas desconoce la historia de las radios deportivas en Ecuador. Sólo ha escuchado el 20%.

Tabla 25 Pregunta No. 10 ¿Conoce quién fue Blasco Moscoso Cuesta?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	3	30%
NO	7	70%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

El 70% de las encuestadas no conoce al extinto periodista deportivo Blasco Moscoso Cuesta. El 30% si ha escuchado hablar de él.

Tabla 26 Pregunta No. 11 ¿Conoce quién es Roberto Omar Machado?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	9	90%
NO	1	10%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

El periodista deportivo Roberto Omar Machado es conocido por el 90% de las encuestadas.

Tabla 27 Pregunta No. 12 ¿Conoce quién es Julieta Estrella?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	3	30%
NO	7	70%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

La periodista deportiva Julieta Estrella es conocida por apenas el 30% de las encuestadas.

Tabla 28 Pregunta No. 13 ¿Conoce cuántos equipos de fútbol existen en la primera categoría serie A del fútbol ecuatoriano?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Todas las mujeres encuestadas dicen conocer sobre los equipos de fútbol que participan en la primera división del fútbol ecuatoriano.

Tabla 29 Pregunta No. 14 ¿Conoce qué equipo ecuatoriano tiene más campeonatos de fútbol?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	7	70%
NO	3	30%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Un 30% de las mujeres no conocen qué equipo tiene más campeonatos nacionales de Ecuador. El 70% sí lo conoce.

Tabla 30 Pregunta No. 15 ¿Conoce qué equipo de Ecuador fue campeón de América?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Todas las encuestadas tienen conocimiento de qué equipo ecuatoriano fue el único campeón de América hasta ahora.

Tabla 31 Pregunta No. 16 ¿Conoce qué equipo de Ecuador fue primer campeón internacional?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Ninguna de las encuestadas supo que América de Quito, fue el primer campeón internacional de un certamen.

Tabla 32 Pregunta No. 17 ¿Conoce qué jugador ecuatoriano se destacó en Peñarol de Uruguay?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	5	50%
NO	5	50%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

La mitad de las encuestadas dijo conocer que el extinto jugador Alberto Spencer se destacó jugando en Uruguay.

Tabla 33 Pregunta No. 18 ¿Conoce qué DT llevó a Ecuador por primera vez al mundial?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	10	100%

El 80% de las encuestadas dio la respuesta correcta de quién llevó al primer mundial a Ecuador.

Tabla 34 Pregunta No. 19 ¿Conoce qué jugador ecuatoriano militó en el Perugia de Italia?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	5	50%
NO	5	50%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

En esta pregunta se reparte el conocimiento entre quienes sí conocen sobre el jugador que militó en el Perugia de Italia y quiénes no.

Tabla 35 Pregunta No. 20 ¿Conoce cuántos campeonatos del mundo tiene Inglaterra?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	1	10%
NO	9	90%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Apenas el 10% de las encuestadas conoce que Inglaterra tiene un campeonato del mundo.

Tabla 36 Pregunta No. 21 ¿Conoce cuántos campeonatos de la Liga Europea tiene el F. C. Barcelona?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	1	20%
NO	9	90%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

El 90% de las encuestadas desconoce cuántos campeonatos de la Liga Europea tienen el F.C. Barcelona. Por su parte un grupo de hombres fueron encuestados para conocer su opinión en cuanto al grado de participación de la mujer en el periodismo deportivo.

Las mujeres debe incursionar en el periodismo deportivo porque tienen la capacidad de ejercerlo, porque se sentiría una nueva perspectiva del deporte, porque todas las personas deben tener las mismas oportunidades laborales, además de generar procesos diferentes en de los análisis deportivos. Partiendo de que el ejercicio periodístico no se circunscribe al género y creemos que es una las opiniones más acertadas, en general los hombres están de acuerdo en que las mujeres participen en un programa deportivo. La igualdad de condiciones deben primar para que tanto hombres y mujeres puedan ejercer los mismos derechos dentro de un medio de comunicación, opinan, acotando que 'eso es vivir en democracia'. Sólo el diez por ciento de encuestados asegura no conocer a una mujer que esté dentro de los medios. Al preguntárseles si en sus manos estaría la decisión de que una mujer ingrese al periodismo deportivo en un medio, sus respuestas fueron contundentes al mencionar que sí, porque tienen un gran potencial para aportar significativamente al desarrollo de esta profesión.

3.4.4.2. Tablas de porcentajes de encuestas realizadas al sexo masculino

Tabla 37 Pregunta No. 1 ¿Cree que una mujer debe incursionar en el periodismo deportivo?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

El 100% de los encuestados cree que una mujer debe incursionar en el periodismo deportivo.

Tabla 38 Pregunta No. 2 ¿Cree que el machismo ha sido un factor para que la mujer no incursione con fuerza en el periodismo deportivo?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	9	100%
NO	1	0%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

El 90% de los encuestados admite que el machismo ha sido un factor para que la mujer no incursione con fuerza en el periodismo deportivo.

Tabla 39 Pregunta No. 3 ¿Le gusta escuchar a una mujer relatando u opinando en un programa deportivo?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	9	90%
NO	1	0%
TOTAL	10	100%

Al 90% de los encuestados les gusta escuchar a una mujer relatando u opinando en un programa deportivo, mientras el 10% no aprueba esta situación.

Tabla 40 Pregunta No. 4 ¿Le gustaría que exista igualdad de condiciones tanto para el hombre como para la mujer en una radio deportiva?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Todos los encuestados están de acuerdo en que exista igualdad de condiciones tanto para el hombre como para la mujer en una radio deportiva.

Tabla 41 Pregunta No. 5 ¿Conoce de mujeres que le gusten el periodismo deportivo?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	7	70%
NO	3	30%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

El 70% de los encuestados señala que han conocido una o varias mujeres que ejercen el periodismo deportivo.

Tabla 42 Pregunta No. 6 ¿Si está en sus manos la decisión que una mujer ingrese como periodista deportiva a una radio ¿lo haría?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota: Fuente por C. Chávez & G. Freire, 2014.

Todos los hombres encuestados darían la oportunidad a una mujer para que se desempeñe como periodista deportivo si estuviera en sus manos.

CAPÍTULO IV

LEY DE COMUNICACIÓN

4.1. Análisis de resultados en función de la ley de Comunicación

La Ley Orgánica de Comunicación aprobada el viernes 14 de junio de 2013 por la Asamblea Nacional de Ecuador, en el Gobierno del Eco. Rafael Correa Delgado, y que fue publicada en el Registro Oficial, es una Carta que permite conocer la igualdad entre hombres y mujeres para el ejercicio de la profesión de comunicación, así como múltiples estados que se correlacionan con el ámbito comunicativo y su respectiva normativa. Por ello los medios de comunicación vigentes deben someterse a los dictámenes de esta Ley para una acción coordinada del periodismo en todas sus facetas. Salvo la propia redacción de esta ordenanza que en algunos párrafos aún persiste el sexismo, de acuerdo a lo que hemos analizado anteriormente en este trabajo, (pero creemos que se presenta así por una falta de conocimiento, más no por un afán de discrimen) el contenido en sí, muestra un equilibrio de género, por lo cual no sería necesario entrar en polémica, siguiendo la constante que la Ley es para todas y todos.

Analizaremos ciertos artículos que acentuarán la labor del medio en cuanto a la aplicación de la Ley y la participación de hombres y mujeres en igualdad de condiciones. Por ejemplo con respecto al Art.-13.- sobre los "Principio de participación.- Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación"; (Ley Orgánica de Comunicación, 2013) lo cual coincide con la mayoría de periodistas deportivos hombres y mujeres entrevistados, así como estudiantes de la Universidad Salesiana y ciudadanía en general encuestada.

En referencia al Art.- 39.- "Derecho a la cláusula de conciencia.- En todos los casos, las y los comunicadores sociales tendrán derecho a hacer público su desacuerdo con el medio de comunicación social a través del propio medio". (Ley Orgánica de Comunicación, 2013) Como podemos observar la normativa es para todos y todas, partiendo de la distinción que se hace al nombrar 'las y los'.

Cuando los entrevistados y entrevistadas, periodistas deportivos hombres y mujeres, estudiantes y ciudadanía en general, se referían a la igualdad de derechos que debe existir para ambos sexos, este artículo bien puede calzar para este tema: Art.- 42.- "Libre ejercicio de la comunicación.- Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social". (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

Igualmente el artículo 44, sobre los "Derechos laborales de las y los trabajadores de la comunicación", reafirma los derechos que hemos reproducido de acuerdo a lo manifestado por los encuestados y entrevistados, y dice lo siguiente:

Las y los comunicadores; y, las y los trabajadores de la comunicación tienen los siguientes derechos:

- 1. A la protección pública en caso de amenazas derivadas de su actividad como comunicadores;
- 2. A remuneraciones de acuerdo a las tablas salariales fijadas por la autoridad competente, a la seguridad social y demás derechos laborales, según sus funciones y competencias;
- 3. A ser provistos por sus empleadores de los recursos económicos, técnicos y materiales suficientes para el adecuado ejercicio de su profesión y de las tareas periodísticas que les encargan tanto en la ciudad, donde habitualmente trabajan, o fuera de ella;

- 4. En los medios de comunicación social privados, en caso de coberturas de riesgo, a estar cubiertos con seguros privados de vida, accidentes, daños a terceros, asistencia jurídica, pérdida o robo de equipos;
- 5. A contar con los recursos, medios y estímulos para realizar investigación en el campo de la comunicación, necesarios para el ejercicio de sus funciones;
- 6. Al desarrollo profesional y capacitación técnica; para lo cual, las entidades públicas y privadas y los medios de comunicación darán las facilidades que fueran del caso; y,
- 7. A los demás derechos consagrados en la Constitución de la República y en la ley. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

Y en cuanto a la no discriminación o exclusión no solo de la mujer en el ámbito periodístico deportivo, sino de varios tipos de situaciones citamos el Art.-61, que ordena:

Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil. Idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los Instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

CONCLUSIONES

Tras el desarrollo del presente trabajo de investigación en el que hemos podido comprobar que la mujer en el periodismo deportivo aún no goza de espacios igualitarios, dentro de los cuatro medios de comunicación radiales específicamente analizados y de forma general, hemos generado las siguientes conclusiones:

- La inclusión de la mujer en espacios deportivos dentro de los medios radiales analizados en la presente, aún deja mucho que desear, pese a que se han hecho algunas conquistas por parte del propio sexo femenino y se ha mejorado las oportunidades en el caso de los principales de cada uno de los medios, la lucha interna todavía es difícil, pero cada vez son más las féminas que demuestran su talento, no solo en el accionar de la profesión como tal, sino que pueden estar preparadas para dirigir un proyecto.
- En los últimos años del siglo XX y los primeros del XXI, la mujer se ha ido ganando espacios dentro del periodismo en general, pero también dentro los espacios deportivos, donde poco a poco ha demostrado sus habilidades y profesionalismo dando saltos cualitativos hacia el desarrollo y mejora de los medios de comunicación.
- La falta de oportunidad en los medios, los estereotipos que se han generado contribuyendo a discriminar a la mujer en el ámbito laboral, el machismo latente aún, aunque en menor medida, han sido factores preponderantes para relegar a la mujer a un segundo plano. En este contexto comienza un trabajo arduo para

soslayar que estos acontecimientos continúen mermando el desarrollo de la persona (mujer) y de los ámbitos en general.

- Las relaciones laborales no tienen por qué verse afectadas si se integran mujeres
 al periodismo deportivo, esto lejos de afectar los beneficios de un medio con
 mayor cantidad de hombres, vendría a refrescar las labores con más orden y
 responsabilidad, características propias de las mujeres.
- Un 95% de los resultados de investigación tanto a profesionales del ramo como a la ciudadanía en general, dan cuenta que debe existir equidad de género dentro de los medios de comunicación; lo que hace pensar que una transformación social está en marcha. Sólo queda el compromiso ineludible por parte de las autoridades de hacer cumplir la Ley.
- La gran mayoría de mujeres están dispuestas a romper estereotipos y aún crecen en ambientes donde el deporte es favorable para ellas, solo depende de las circunstancias y de las oportunidades que tengan para desarrollar los talentos.
- A un gran porcentaje de mujeres les gusta el fútbol y quisieran o bien jugarlo o bien desarrollarse en el periodismo deportivo, sin embargo y de acuerdo a las encuestas no conocen sobre el ámbito de los deportes y mucho menos de fútbol; pero aunque suene contradictorio, esto responde a que históricamente la mujer se ha criado bajo otras normas y menesteres que les ha impedido mostrar sus potencialidades.

RECOMENDACIONES

- La Ley de Comunicación que rige la legislación ecuatoriana está desarrollada en base a una normativa concreta para todas las personas, sin distinción de sexo, etnia, identidad de género, cultura, entre otros; por lo que queda claro que los medios no pueden ser excluyentes en el proceso de la igualdad de oportunidades para ambos sexos.
- La mujer ha ganado terreno en la igualdad de género, ahora les queda no desmayar en la consecución de los objetivos propuestos, seguir batallando para que las oportunidades les sean abiertas, hasta lograr que no solo sean políticas de Estado, sino una forma de vida de toda la sociedad.
- Los medios de comunicación deben entrar en conciencia de sus acciones y
 permitir que tanto hombres como mujeres tengan las mismas oportunidades de
 desempeñar cargos intermedios como ejecutivos, dependiendo lógicamente del
 grado de preparación y entrega de cada persona.
- El periodismo en general debe estar encaminado hacia un desarrollo menos sexista y discriminatorio, un lenguaje inclusivo que determine que quienes trabajan en los medios de comunicación hayan desterrado el sexismo de sus mentes y corazones. Esto, requerirá de tiempo y de autoanálisis constante, porque hemos crecido experimentando distintas formas de sexismo como lo más natural del mundo. Por eso es que encontramos con frecuencia expresiones discriminatorias a la mujer, aún en periodistas de ambos sexos abiertos al cambio.

- Las autoridades gubernamentales han promovido una Ley de Comunicación que no discrimina a nadie por su condición, por lo tanto queda en sus manos cumplir y hacer cumplir estas normativas con la finalidad de mantener un equilibrio de género en las actividades laborales de los medios de comunicación.
- La sociedad en general debe encaminarse hacia un proceso histórico que sea recordado por la igualdad de género, las mismas oportunidades para hombres y mujeres. Que el pensamiento y las acciones sean coherentes dentro de un ámbito de vida y conciencia, no solo por obligación.

LISTA DE REFERENCIAS

- Agencia ANDES. (29 de Noviembre de 2013). *El reto de Ecuador es disminuir la desigualdad laboral entre hombres y mujeres*. Obtenido de andes.info.ec: http://www.andes.info.ec/es/noticias/reto-ecuador-es-disminuir-desigualdad-laboral-entre-hombres-mujeres.html
- Alcoba, A. (2001). *Enciclpedia del Deporte*. (C. GRÁFICA, Ed.) Madrid: Librerías Deportivas.
- Alcoba, A. L. (2001). Enciclopedia del Deporte. Madrid, ESPAÑA: Esteban Sanz Sl.
- Balsebre, A. (1996). El lenguaje radiofónico. Madrid.
- Caballero, A. (10 de Agosto de 2012). *Periodismo Deportivo*. Obtenido de Periodismo deportivo al descubierto: http://www.facco.uleam.edu.ec/noticias/periodismo/item/41-el-periodismo-deportivo-al-descubierto.html
- Caballero, A. M. (2012). *El periodismo deportivo al descubierto*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2013, de Periodismo Deportivo: http://www.facco.uleam.edu.ec/noticias/periodismo/item/41-el-periodismo-deportivo-al-descubierto.html
- Chaher, S., & Santoro, S. (2007). Las Palabras tiene sexo. Buenos Aires: Artemisa.
- Charría, A. (2010). Manual para un periodismo no sexista. Bogotá: VBG.
- Charría, A. Q. (2010). Manual para un periodismo no sexista. Cali.
- CIMAC. (2011). Hacia la construcción de un periodismo no sexista. México: Lucía Luganes.

- Diario Extra. (5 de Febrero de 2013). *Julieta Estrella ya no será parte de los 'Canelocos'*. Obtenido de Ahora se dedica a su empresa de promoción artística: http://www.extra.ec/ediciones/2013/02/05/farandula/julieta-estrella-ya-no-sera-parte-de-los-canelocos/
- El Comercio Perú. (Jueves de Diciembre de 2012). *Ministra de la Mujer: "Nadie debe ser discriminado por raza, sexo u otra índole"*. Obtenido de ELcomercio.pe: http://elcomercio.pe/politica/gobierno/ministra-mujer-nadie-discriminado-raza-sexo-otra-indole-noticia-1509169
- El Telégrafo. (5 de Marzo de 2012). *Deportes*. Obtenido de Liga de Quito confirma muerte de hincha en disturbios: http://www.telegrafo.com.ec/deportes/item/liga-de-quito-confirma-la-muerte-de-un-hicha-en-disturbios-en-casa-blanca.html
- Emisoras, E. (2012). *Emisorasecuador.com*. Obtenido de La Poderosa 92.9 FM: http://www.emisorasecuador.com/radio-page-la-poderosa-online-929-fm-en-vivo-quito.html#.UrGTvdLuKE4
- Fundación MAVI. (2010). La Violencia contra la mujer nos toca. Madrid.
- Gutiérrez, J. M. (2012). *Mujer, Deporte y Medios de Comunicación*. Obtenido de Mujer,

 Deporte y Medios de Comunicación:

 http://www.sociologiaeducacionpalencia.wikispaces.com
- Gutiérrez, M. (22 de Julio de 2009). ¿Quiénes mandan en los medios? Artemisa.
- La Deportiva. (2013). *Nuestro Equipo*. Obtenido de La Poderosa, Nuestro equipo: http://deportiva993.com/web/nuestro-equipo
- La Razón. (22 de Enero de 2013). *La gaceta jurídica. Desigualdades*. Obtenido de Desigualdades de género en el mercado laboral: http://www.larazon.com/suplementos/la_gaceta_juridica/Desigualdades-genero-mercado-laboral_0_1765023559.html

- Ley Orgánica de Comunicación. (13 de Junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador. Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Media Radio. (17 de Enero de 2009). *Media Radio auspiciado por el Gobierno de España*. Obtenido de Antecedentes de la Radio: http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1/pag2.html
- Miranda, A. (10 de Agosto de 2012). *El periodismo deportivo al descubierto*. Obtenido de La sangre de Carlos Efraín Machado: http://www.facco.uleam.edu.ec/noticias/periodismo/item/41-el-periodismo-deportivo-al-descubierto.html
- Mujeres y CIA. (27 de Febrero de 2013). *Mujeres & Cia*. Obtenido de Diferencia salarial y segregación laboral perpetúan la desigualdad: http://www.mujeresycia.com/index.php?x=nota/51635/1/diferencia-salarial-y-segregacion-laboral-perpetuan-la-desigualdad
- Observatorio de Astronomía. (15 de Marzo de 2003). *Obsrvatorio Nacional de Radioastronomía*. Obtenido de Pre-Historia de la Radio Astronomía: http://www.nrao.edu/whatisra/hist_prehist-s.shtml
- ONU Mujeres. (2010). *ONU Mujeres UNIFEM*. Obtenido de UNIFEM celebró un conversatorio para hablar sobre los resultados del Consenso de Brasilia: http://www.onumujeres-ecuador.org/index.php?option=com_content&view=article&id=279:en-quito-se-discutiran-los-resultados-de-la-xi-conferencia-de-la-mujer-de-america-latina-y-el-caribe&catid=27:ecuador&Itemid=29
- Ortiz, C. (2009). www.culturaecuador.org. Obtenido de Los inicios de la Radiodifusión en Ecuador/Radio El Prado: http://www.culturaenecuador.org/artes/personajes-de-Chimborazo/193-los-inicios-de-la-radiodifusion-en-ecuador-radio-el-prado.html

- ORTIZ, C. A. (2009). www.culturaecuador.org. Obtenido de LOS INICIOS DE LA RADIODIFUSIÓN EN ECUADOR/RADIO EL PRADO: http://www.culturaenecuador.org/artes/personajes-de-chimborazo/193-los-inicios-de-la-radiodifusion-en-ecuador-radio-el-prado.html
- Ortiz, F. (29 de Mayo de 2009). http://fer-ortiz.lacoctelera.net/. Obtenido de El periodismo o la pasión por la verdad: http://fer-ortiz.lacoctelera.net/post/2009/05/29/historia-la-radio-fernando-ortiz-vizuete-mayo-2009
- Pichincha Universal. (2013). *Quienes Somos*. Obtenido de Quienes Somos Pichincha Universal: http://www.pichinchauniversal.com.ec/quienesradio.html
- Ponce de León, A. (2009). Wim Network. Buenos Aires, Argentina.
- Pro Meneses, A. (1997). Discografía del Pasillo Ecuatoriano. Quito, ECUADOR: Abya-Yala.
- Ramírez, J. (15 de 09 de 2013). *El Mundo.Com*. Obtenido de Mujeres remando contra la desigualdad laboral : http://www.elmundo.com/portal/pagina.general.impresion.php?idx=223354
- Ramírez, J. G. (15 de Septiembre de 2013). *Mujeres remando contra la desigualdad laboral*. Obtenido de elmundo.com: http://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/mujeres_remando_contra_la_desigualdad_laboral.php
- Salazar, J. / OIT. (2012). Tendencias Mundiales del Empleo de las Mujeres. Ginebra: OIT.
- San Félix, Á. (1991). *Radiodifusión en la Mitad del Mundo*. Quito: Editorial Nacional FLACSO.
- Smith, A. (2010). ¿Qué es un productor de radio? Obtenido de La voz de Houston: http://pyme.lavoztx.com/qu-es-un-productor-de-radio-8310.html

- Stirt, S. (25 de Mayo de 2010). http://stirtculiacan.galeon.com/. Obtenido de Orígenes de la Radio: http://stirtculiacan.galeon.com/productos828098.html
- Suárez, C. (2011). *Estereotipos de la mujer en la comunicación*. Obtenido de Medios de comunicación y diferencia de género: http://www.nodo50.org/
- UNESCO. (13 de Febrero de 2012). *Día mundial de la Radio*. Obtenido de Igualdad de Género y el Empoderamiento de las mujeres en la radio: http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-radio-day-2014/articles/aveseh-asough-gender-equality-and-womens-empowerment-in-radio/
- UNIFEM. (Septiembre de 2010). *ONU Mujeres UNIFEM*. Obtenido de UNIFEM Región Andina, parte de ONU Mujeres, celebró conversatorio para hablar sobre resultados del Consenso de Brasilia: http://www.onumujeres-ecuador.org/index.php?option=com_content&view=article&id=279:en-quito-se-discutiran-los-resultados-de-la-xi-conferencia-de-la-mujer-de-america-latina-y-el-caribe&catid=27:ecuador&Itemid=29