



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
Escuela de Comunicación

Tesis de grado para la obtención del título de Licenciada en
Comunicación Social

Tema

Propuesta de estructuración de un programa de periodismo
deportivo televisivo, con incursión del género femenino en la
ciudad de Quito.

Autora: Valeria Mishell Ochoa Guerrero

Director: Lcdo. Renato Rodríguez

Quito, 25 abril de 2013

CERTIFICACIÓN

Yo, Valeria Mishell Ochoa Guerrero, portadora de la cédula de ciudadanía N°172178174-6 egresada de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Escuela de Comunicación Social, declaro que soy la autora exclusiva de la presente investigación y que esta es original, auténtica y personal mía. Todos los efectos académicos y legales que se desprenden de la presente investigación, serán de mi sola y exclusiva responsabilidad.

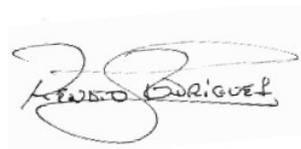
Quito, 25 de Abril de 2013.



Valeria Mishell Ochoa Guerrero

Yo, Renato Rodríguez portador de la cédula de ciudadanía N° 170750806-3 docente de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, declaro que la alumna Valeria Mishell Ochoa Guerrero es la autora exclusiva de la presente investigación y que esta es original, auténtica y personal suya. Todos los efectos académicos y legales que se desprenden de la presente investigación, serán de su sola y exclusiva responsabilidad.

Quito, 25 de Abril de 2013.



Renato Rodríguez

RESUMEN

Esta investigación analiza la estructura de los medios de comunicación televisivos en la actualidad, principalmente en los programas deportivos a nivel nacional.

El periodismo deportivo es el que informa sobre los temas relacionados con el deporte a nivel nacional e internacional.

En la investigación se aplicó métodos y herramientas que permitieron evidenciar la crisis que sufren los programas deportivos en el país, al no tener representantes del género femenino en lo que respecta a la mayoría de su estructura como tal. Además se evidenció que se sigue viviendo en una sociedad machista que no relaciona a la mujer con el deporte y cuando lo relaciona, lo hace más como un símbolo sensual y no por el aporte intelectual que es capaz de brindar.

Después de la encuesta al público se comprobó que si estarían dispuestos a ver un programa deportivo con participación femenina, siempre y cuando éste sea de buena calidad y profesional en sus contenidos, es decir que las implicadas demuestren un amplio conocimiento en el tema.

Analizando la estructura de cada uno de los puestos que conforman la elaboración de un programa deportivo, se sugirió la inclusión del género femenino que se ajuste al perfil que requieren estos puestos. La creación de un programa deportivo con alta participación femenina, ayudaría a romper los esquemas que hasta el día de hoy seguimos, permitiendo así una equidad entre hombres y mujeres, porque se necesita de ambos géneros, para complementar lo que realiza cada uno, para potenciar y enriquecer el todo de la sociedad humana.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mis padres que siempre se han preocupado por darme lo mejor en mi vida y mis estudios. Ellos son, con los que siempre he contado incondicionalmente, los que han estado ahí en mis logros y tropiezos y los que me han ayudado a levantarme de los mismos.

Este trabajo va por ustedes que siempre me han alentado para que sea la mejor y hoy quiero darles esta alegría, ver a su primera hija convertida en una profesional de la República del Ecuador.

Mamita y Papito gracias, mil gracias por darme la vida y por siempre estar junto a mí en todas las decisiones que he tomado, quiero que se sientan orgullosos de su hija y espero no defraudarlos.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a mi director de tesis Renato Rodríguez por guiarme en este trabajo y darme los mejores comentarios que me ayudaron a mejorarlo. Igual gracias a todas las personas que me colaboraron en la realización de esta tesis, aportando sus experiencias, conocimientos, gustos, preferencias, apoyo y soporte.

Agradezco a mi hermana, enamorado y más familiares que también me alentaron para que no decaiga y continúe en la lucha de obtener mi título y ser una profesional.

Para finalizar principalmente quiero agradecer a Dios que es el pilar fundamental en mi vida, aquel que me da fuerzas e impulsa a seguir adelante, porque gracias a él puedo despertar cada día; lo siento en mi corazón, sé que él siempre me guía para ser un buen ser humano.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN.....	II
RESUMEN.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
INTRODUCCIÓN.....	1
OBJETIVOS.....	2
General.....	2
Específicos.....	2
HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER.....	3
DETERMINACIÓN DE VARIABLES.....	3
METODOLOGÍA.....	4
Corriente metodológica.....	4
Forma de investigación.....	4
Metodología usada.....	6
Técnicas o herramientas.....	7

CAPÍTULO I.....	10
-----------------	----

Comunicación y Periodismo: los medios y su influencia en la audiencia

1.1 Historia de la Comunicación.....	12
1.1.1 La Era de los Signos y Señales.....	13
1.1.2 La Era del Habla y el Lenguaje.....	14
1.1.3 La Era de la Escritura.....	14
1.1.3.1 Fase Mnemónica.....	15
1.1.3.2 Fase Pictórica.....	15
1.1.3.3 Fase Ideográfica.....	16
1.1.3.4 Fase Fonética.....	17
1.1.4 La Era de la Imprenta.....	17
1.1.4.1 El Papiro.....	18
1.1.4.2 El Pergamino.....	18
1.1.4.3 El Papel.....	19
1.1.4.4 Desarrollo de la Imprenta.....	20
1.1.5 La Era de los Medios de Comunicación de Masas...	21
1.1.5.1 Historia de la Prensa Escrita.....	21

1.1.5.2 Historia de la Radio.....	25
1.2 La Televisión.....	29
1.2.1 Historia de la Televisión.....	31
1.2.2 Programas Televisivos.....	35
1.2.3 Estructura de un Programa de Televisión.....	40
1.3 Periodismo.....	42
1.3.1 Historia del Periodismo.....	42
1.3.2 Géneros Periodísticos en los Medios.....	44
1.3.3 El Periodismo Deportivo.....	46
1.3.3.1 Significado Socio-Político.....	48
1.3.3.2 Historia del Periodismo Deportivo.....	50
1.3.3.3 Acceso a los Periodistas Deportivos.....	52
 CAPÍTULO II.....	 54
Participación del género femenino en el periodismo deportivo	
2.1 Roles de Género.....	54
2.1.1 La Conciencia de Género.....	55
2.1.2 Machismo.....	56
2.1.3 Feminismo.....	58

2.2 Discriminación a la Mujer.....	60
2.3 Participación y Tratamiento al Género Femenino.....	61
2.3.1 El Papel de la Mujer en la Sociedad.....	64
2.4 La mujer y el Periodismo.....	66
2.4.1 Comprensión del Problema.....	68
2.5 Presencia de la Mujer en los Medios Masivos de Difusión desde una Perspectiva de Género.....	71
 CAPÍTULO III.....	 94
Metodología de Investigación	
3.1 Elaboración de los Instrumentos de Investigación.....	96
3.1.1 Entrevista.....	96
3.1.1.1 Perfiles de Entrevistados.....	96
3.1.1.2 Sistematización de las Entrevistas.....	122
3.2 Encuesta.....	126
3.2.1 Estimación de Parámetro.....	128
3.2.1.1 Universo.....	129
3.2.2 Muestra.....	130
3.2.3 Modelo de Encuesta a Aplicar.....	131
3.2.3.1 Tabulación de la Encuesta.....	132
3.2.3.2 Hallazgos de las Encuestas.....	145
3.3 Hallazgos de la Investigación.....	146

CAPÍTULO IV.....	114
Propuesta de estructuración de un programa de periodismo deportivo televisivo, con incursión del género femenino en la ciudad de Quito.	
4.1 Propuesta de Incursión.....	115
4.2 Modelo de Estructura de un Programa Deportivo.....	117
4.2.1 Equipo Humano para la Producción de un Programa...	119
4.3 Propuesta de un Programa Deportivo con Inclusión Femenina.....	122
4.3.1 Datos Informativos del Programa.....	124
4.3.2 Justificación.....	126
4.3.3 Presupuesto y Publicidad.....	128
4.3.4 Plan de Mejoras.....	132
4.4 Evaluación de Impacto.....	132
VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	134
Validación de Hipótesis.....	134
Conclusiones.....	136
Recomendaciones.....	137

REFERENCIA

Apéndices y Anexos

Glosario

Bibliografía

INTRODUCCIÓN

Actualmente en nuestra sociedad, la mujer va adquiriendo día a día un papel más importante y protagónico en las distintas actividades y labores que presenta el desarrollo del milenio.

Ahora se puede ver a una mujer trabajando en puestos importantes y emblemáticos como la política, arquitectura, fuerzas armadas, entre otros; funciones que años atrás eran exclusivamente ocupados por el género masculino.

La mujer pasó de ser ama de casa, a una figura activa que contribuye en el eje económico de la familia y la sociedad.

El periodismo es uno más de los trabajos por el que han optado muchas mujeres, y se puede observar un gran desenvolvimiento del género femenino en los medios de comunicación.

Sin embargo hay una rama del periodismo que hasta el día de hoy no ha permitido o no ha evidenciado la participación de la mujer; se está hablando del periodismo deportivo, rama de esta profesión en la que las mujeres no se atreven a incursionar o los medios de comunicación no les han brindado la oportunidad para hacerlo.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Proponer una estructura de funcionamiento de un programa deportivo que integre de manera eficaz al género femenino y, a través de esta integración se alcance altos índices de aceptación por parte de la audiencia.

Objetivos Específicos:

- ✓ Determinar la participación femenina en los programas deportivos de televisión, los roles que cumple actualmente y los motivos que subyacen.
- ✓ Analizar la estructura y las funciones de los programas deportivos dentro del medio televisivo.
- ✓ Determinar los motivos que influyen a la contratación en mayor medida de hombres en las diferentes funciones de los programas televisivos deportivos.
- ✓ Proponer una estructura que integre al género femenino en un programa deportivo de acuerdo a sus fortalezas.
- ✓ Determinar la potencial aceptación de un programa realizado con la estructura propuesta.

HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

Si la investigación a emprender demuestra que existen serias asimetrías en la participación de la mujer en el periodismo deportivo y se conocen las causas o razones para que esto suceda; entonces, se podrá diseñar una propuesta de solución que demuestre que la capacidad de la mujer puede perfectamente llenar los vacíos técnicos y operativos de un programa televisivo con contenido deportivo, lo que permitirá un planteamiento de reestructuración de todas las áreas planteando la creación de un nuevo programa que pueda contar con la participación del género femenino sin afectar la audiencia del mismo.

DETERMINACIÓN DE VARIABLES

Variables Independientes

- Capacidades laborales e intelectuales de las mujeres.
- Apertura de los medios de comunicación al género femenino.
- Aceptación de la sociedad a la incursión de la mujer en el campo laboral de un programa deportivo.

Variables Dependientes

Existencia de un programa deportivo con roles de participación femenina en todo lo que conlleva sus áreas de trabajo.

Metodología

Corriente metodológica:

El tipo de investigación es exploratoria– observacional ya que establece un diagnóstico de la situación actual de las mujeres dentro del periodismo deportivo y también la situación de los medios, el cómo está formado un programa deportivo.

La metodología de esta investigación oscila entre los métodos de investigación descriptivo, inductivo y deductivo.

Forma de investigación:

Esta investigación utilizó un enfoque mixto que combina en enfoque cuantitativo y cualitativo.

Enfoque Cuantitativo

- ✓ Elige una idea y luego deriva variables e hipótesis.
- ✓ Desarrolla un plan para probarlas.
- ✓ Mide las variables en un determinado contexto.
- ✓ Analiza los datos obtenidos.
- ✓ Establece conclusiones.
- ✓ Es reduccionista, acota la información.
- ✓ Pretende medir con precisión las variables de estudio.

Enfoque Cualitativo

- ✓ Busca principalmente dispersión o expansión de los datos. Mientras más datos tenga es mejor.
- ✓ Utiliza instrumentos como: observación, entrevistas con preguntas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, inspección de historias de vida, análisis semántico y de discursos cotidianos, interacción con grupos o comunidades e introspección.

- ✓ El énfasis no está en medir las variables, sino en componerlas.
- ✓ En este enfoque es importante el patrón de cultura.

Metodología usada:

- **Método Analítico-Sintético:** constituye el conjunto de los procesos de desarticulación práctica o mental del todo en sus partes y de reunificación del todo sobre la base de sus partes.

Al analizar la estructura de los programas deportivos vamos recopilando todos los procesos que se siguen en las distintas áreas, para poder llegar a armar esa estructura.

- **Método Inductivo-Deductivo:** es el proceso lógico que va de lo particular a lo general y recíprocamente; la deducción parte de un principio general para inferir las consecuencias particulares.

Se tiene que partir de una estructura general tomando como ejemplo el esquema de un programa internacional, luego el cómo está organizado un programa deportivo nacional y; así poder sugerir una estructura adecuada después de la investigación y análisis previo.

- **Método descriptivo:** se dirige a las condiciones dominantes que determinan el estado actual del objeto de estudio. Este método es particularmente adecuado en las ciencias de la conducta, tales como la psicología y la antropología.

En ocasiones las personas optan por escoger sus profesiones, de acuerdo a lo que la sociedad ha impuesto y por patrones de machismo o feminismo no han incursionado en profesiones que en la mayoría de ocasiones son abarcadas más por el género masculino o femenino.

A través de este estudio se hará un recuento de los papeles que ha ocupado la mujer dentro de la sociedad a través de la historia.

Técnicas o herramientas:

- Fuente: Como fuente para este análisis se tomó en cuenta la opinión de varios periodistas que trabajan en periodismo deportivo y en los medios, deportistas, estudiantes de comunicación social, ciudadanos comunes y directores de espacios deportivos, que se realizan en Ecuador y el exterior.
- Técnicas: Se utilizó las siguientes técnicas para aportar a la investigación.

Entrevistas;

Encuestas

Entrevista

La entrevista es parte del enfoque cuantitativo, es una de las técnicas más utilizadas.

Se basa en un diálogo entablado entre dos o más personas; entrevistadores y entrevistados con un fin investigativo; tiene como finalidad la obtención de información.

La entrevista periodística se distingue fundamentalmente por tres factores:

- Un evidente interés hacia la persona entrevistada
- Pericia en el manejo de la técnica de pregunta y respuesta
- Voluntad manifiesta de difundir el resultado en un medio de comunicación.

El tipo de entrevistas que se utilizó en esta investigación es una entrevista abierta ya que se considera que de cada conversación con los distintos

entrevistados se pueden generar distintos tipos de preguntas, a pesar que todas vayan enfocadas al mismo tema.

Encuesta

Una encuesta es una técnica con preguntas destinadas a obtener información sobre la opinión de un sector de la población acerca de un tema; se utiliza para obtener información relevante.

Técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

Ventajas:

- Técnica más utilizada y que permite obtener información casi de cualquier tipo de población.
- Permite obtener información sobre hechos pasados de los encuestados.
- Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.

- Relativamente barata para la información que se obtiene con ello.

Para las encuestas se determinó una población y se identificó una muestra a través de una fórmula estadística. Se utilizó todas las herramientas de la investigación como son: investigar, dialogar y documentar)

Capítulo I

1.0 Comunicación y Periodismo: los medios y su influencia en la audiencia.

“La comunicación pocas veces es empujada a la evolución sino que, al contrario, es un motor de la misma” (Villamarín. J, 1997, p.10)

La comunicación es la transmisión de información y datos entre distintos entes, así como la capacidad de poder difundir un mensaje. Este es un

proceso que se cumple por la interacción entre seres humanos u objetos, a través de signos, señales, lenguaje etc.

La comunicación apareció antes que el hombre mismo, ya que desde un comienzo existía entre los distintos seres de la naturaleza, quienes siempre han tenido su manera de comunicarse entre sus especies e incluso, con otros animales.

Partiendo de una teoría fundadora, *“la comunicación nace como factor de integración de sociedades humanas”*(Mattelart. A, M; 1997, pg. 9)

Sin embargo, es con el ser humano que se desarrollan conscientemente los sistemas de comunicación que se utilizan para intercambiar y difundir información.

Gracias al poder de la comunicación nace el periodismo que es un proceso donde se investigan hechos para transmitirlos a las masas en forma de noticia, crónica, entrevistas etc.

“Es una actividad intelectual basada en la búsqueda y difusión de información relevante para la construcción de sentidos acerca de la realidad. Por lo tanto, es una práctica comunicacional de intervención política, social y cultural, con profunda incidencia en la organización democrática de las sociedades contemporáneas”.(Abad. G. Mediaciones. Recuperado el 08 de abril del 2013, de <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/575-el-periodismo-es-mas-que-contar-historias.html>)

La profesión de periodista surgió con los medios impresos en la Edad Media, donde a la vez aparecieron los primeros medios de comunicación.

“El periodismo como tal según la historia nació en Roma desde el momento en el cual se comenzaron a realizar comentarios, análisis históricos y actas, en los que no sólo aparecen escritos sino que también noticias sobre la sociedad, sucesos y comentarios”. (Periodismo Mundial. Recuperado 08 de abril de 2013, de <http://periodismomundial.grilk.com/sdelpmundial.htm>)

1.1 Historia de la comunicación

De acuerdo a Villamarin, J. (1997) la historia de la humanidad se la puede dividir en cinco fases: la era de los signos y señales, la era del habla y el lenguaje, la era de la escritura, la era de la imprenta y la era actual que son los medios de comunicación de masas.

Hace aproximadamente 60 millones de años todos los mamíferos tenían un cerebro similar. ***“Charles Darwin destacó en varios de sus estudios que la comunicación nació básicamente de los animales para lograr una supervivencia biológica”***. (Estudio Simbiosis. Recuperado 08 de abril de 2013, de <http://www.estudiosimbiosis.com.ar/comunicacion/historia.html>)

Mientras pasaban los años, unas especies se iban perfeccionando más que otras; este fue el caso del modelo homínido: primates que ya caminaron

erguidos y se separaron de los demás mamíferos para continuar su evolución hasta el ser humano.

Su posición erguida les permitió tener mayor libertad y movilidad con sus extremidades, sus manos poco a poco servían para coger los alimentos y llevárselos a la boca; además iniciaron la construcción de armas que posteriormente fueron utilizadas en la caza, y su cerebro seguía evolucionando de tal manera que podía discriminar lo que es útil de lo que no lo es.

Con este tipo de progreso y adaptación al nuevo ambiente apareció el *homo faber*, quien cada vez era más inteligente y podía hacer nuevas cosas y así cada vez con un mejor desarrollo finalmente evolucionó al *homo sapiens*. Éste, con un cerebro desarrollado, aprendió a vivir en sociedad y a comunicarse.

1.1.1 **La era de los signos y señales**

Comenzó con los homínidos que tenían la mano como su aparato emisor, y la piel como aparato receptor.

“El tacto, el gesto, el grito, el sonido gutural, la gesticulación torpe, la expresión de los ojos, las manos fueron sus primeros medios de comunicación”.(Villamarín. J, 1997, p.24)

Fue una forma de comunicación primitiva debido a que no se poseía un lenguaje hablado, esta forma de comunicación se limitó a conceptualizaciones elementales basadas en sistemas de signos y señales; este fue uno de los factores por lo cual su cultura se desarrolló tan despacio.

Sin embargo hoy en día los signos y señales son una gran herramienta para la comunicación cotidiana ya que todos los seres vivos la utilizamos.

1.1.2 Era del habla y del lenguaje

Junto a la comunicación táctil se desarrollaron los gestos y gritos que se fueron perfeccionando con la construcción de herramientas que emitían sonidos para comunicar a la manada.

Esos gritos fueron adquiriendo significado y es aquí cuando el hombre descubre el lenguaje, lo cual completa el ciclo de la evolución dando paso al hombre *Cro-Magnon* donde el lenguaje ya es común.

Todo lo que se pensaba y sentía ya se podía expresar con la palabra. Los hombres a través del intercambio de ideas van adquiriendo nuevos conocimientos y comunicándose al mismo tiempo.

El lenguaje permitió la comunicación entre los pueblos, pasando de nómadas a sedentarios, se empezaron a construir las primeras viviendas y además surgió la agricultura que también ayudó a que exista esta evolución y así fue como se estableció la vida de los pueblos.

1.1.3 La era de la escritura

Nuevas exigencias habían surgido con la evolución del hombre. Existían formas primitivas de comunicación a la distancia tales como las señales de humo, pero surgió la necesidad de plasmar las ideas a través del tiempo. Así, el hombre prehistórico comenzó con trazos y símbolos a modo de escritura.

Después de varios años esta escritura se fue perfeccionando, transformándose en lo que hoy se conoce como alfabeto.

El alfabeto pasó por cuatro fases antes de su actual estructura:

1.1.3.1 Fase mnemónica

El hombre empezó a utilizar objetos en los que representaban datos que les permitía recordar mensajes después.

Los quipus que fueron utilizados por nuestros antepasados incas pertenecen a esta fase, este tipo de escritura consistía de una cuerda central de la cual pendían otras cuerdas de distinto tamaño y color,

además tenían uno o más nudos dependiendo del contenido del mensaje.

“Fue tal su complejidad que tuvieron que crearse verdaderas escuelas para la formación tanto de codificadores como de intérpretes de los mensajes”(Villamarín. J, 1997, p.27)

1.1.3.2 Fase pictórica

Es esta fase los mensajes eran transmitidos por medio de pinturas de los objetos como animales y figuras humanas, se los grababa en las paredes de cuevas, en rocas, armas y utensilios.

Esta escritura se convirtió en todo un arte conocido como rupestre. Las cuevas de Altamira en España, son una clara muestra.

1.1.3.3 Fase ideográfica

Las ideas eran representadas por figuras o símbolos que adquieren un carácter simbólico conceptual.

En esta fase a diferencia de la pictórica por citar un ejemplo, las líneas onduladas no solo representan eso, ahora pueden significar el mar.

La lectura se volvió más compleja porque se requería conocer el acontecimiento que representaba el signo.

Fue de gran ayuda a la agricultura de ese entonces ya que determinaban las épocas de siembra y cosecha.

“La expresión ideográfica sirvió para las formas primitivas de ‘relato’, tal como lo podemos valorar en la escritura ideográfica de las culturas precolombinas o mesopotámicas...”.(Vásquez. M, 1985, pg. 9)

Los jeroglíficos egipcios son considerados como los sistemas ideográficos más elaborados.

1.1.3.4 Fase fonética

En esta fase las ideas empiezan a ser representadas a través de un sonido.

Los sumerios en el año 1.700 antes de Cristo desarrollaron completamente la escritura y asignaron a cada símbolo un sonido específico.

“Al principio, este sonido fue una palabra, luego una sílaba y, finalmente, una letra”.(Villamarín. J, 1997, pg. 29)

Posterior a este desarrollo, los fenicios elaboraron el alfabeto que con modificaciones, sumisiones y adiciones fue adoptado y es empleado casi en todo el mundo.

Ya con el alfabeto se fue perfeccionando la escritura y el lenguaje y así fue como transcurrió la Historia de la Humanidad.

1.1.4 La era de la imprenta

La escritura necesitaba de un soporte adecuado para poder plasmar los mensajes. El hombre utilizó varios elementos hasta encontrar el más adecuado para escribir.

Primero la escritura se la realizó con los grabados en piedra, estos eran duraderos, pero difícil trasladarlos.

Los babilónicos tenían la escritura cuneiforme que era hecha sobre tablillas de arcilla y luego cocida al horno y era más fácil transportarla.

También se usó seda, bronce, cobre, corteza de los árboles y hasta pieles de animales como soporte de la escritura.

1.1.4.1 El papiro

El papiro surgió 25 siglos antes de Cristo, los egipcios fueron los pioneros en el uso materia vegetal como soporte de la escritura y desarrollaron el papyrus, de donde se originó el nombre actual papel.

El papyrus es una planta de tres metros de alto, que crece en abundancia a orillas del río Nilo. Para su preparación era necesario humedecerlo con agua mezclada con goma y se lo prensaba a golpes de mazo, se lo dejaba secar en el sol y se le daba un baño de almidón y aceite de cedro. Se vendían por rollos de 20 metros.

1.1.4.2 El pergamino

Apareció en Pérgamo, en el Asia Menor siglo II AC. Suplantó al papiro, tenía la ventaja que sus hojas podían ser cortadas y cocidas a manera de cuaderno.

El pergamino se obtenía de las pieles de las ovejas y de otros animales. Para su elaboración se limpiaba las pieles, se las disecaba en el aire y se les ponía yeso para endurecer.

Los romanos fueron los que más utilizaron el pergamino.

1.1.4.3 El papel

“Se cree que el papel fue inventado en China , hacia el año 200 a. C., y ciertamente, existen ejemplos de papel descubiertos junto a tablillas de madera que contienen esa fecha”.(Turner. S, 1991 pg. 114)

De acuerdo a Villamarin, J. (1997), el papel nace en la Escuela Gráfica Salesiana, su producción se debe a Tsailun quien hizo una mezcla de corteza de plantas especiales con desperdicios de trapos. La maceró en un tamiz, la sumergió en agua y luego la puso a secar, y así apareció la primera hoja de papel hecha a mano.

La celulosa es la base de la producción del papel, las plantas y árboles están compuestos de celulosa y lignina. La calidad y claridad del papel depende de la celulosa.

El papel tardó un milenio en ser utilizado en el mundo occidental. La conquista europea permitió la difusión del papel en el continente americano.

1.1.4.4 Desarrollo de la Imprenta

La invención de la escritura, el papel y la tinta, ayudaron al desarrollo de la comunicación, pero ésta se veía limitada ya que solo contaba con los manuscritos.

Se requería de un avance tecnológico que permita remplazar a los escritos a mano. A pesar que coreanos y chinos estaban intentando hacerlo, esta innovación la logró el alemán Juan Gutenberg.

Comenzó utilizando madera, metal, hasta llegar actualmente a la alineación de plomo, estaño y antimonio. *“Las características técnicas de los tipos de Gutenberg: flexibilidad para la impresión y dureza para resistir la presión de la prensa, permitió que estos sirvan como modelo para toda la prensa”*. (Villamarín. J, 1997, pg. 78)

Además Gutenberg también creó su propia tinta y montó su propio taller. La imprenta se fue difundiendo por Europa por motivos políticos.

Después de la escritura, la imprenta fue un gran logro ya que se pudieron plasmar y difundir libros claramente escritos, lo que incentivó a una sociedad que empezó a leer, educarse e informarse por medio de estos. Fue una de las bases principales para la comunicación de la época y hasta hoy lo sigue siendo.

1.1.5 La era de los medios de comunicación de masas

Como lo dice, las palabras son los medios por los cuales se realiza el proceso de comunicación; son el emisor y se dirigen a los receptores que

son el público, por eso son conocidos como medios de comunicación masivos, porque llegan a las masas, al pueblo.

Los medios de comunicación fueron y son la clave para el proceso de globalización.

Estos medios son la prensa escrita, radio, televisión y actualmente el internet empieza a tomar fuerza como medio de comunicación de masas.

1.1.5.1 Historia de la prensa escrita

Con la imprenta nacieron los primeros diarios de la época, pero estos eran controlados y censurados por el poder político.

A pesar que antes hubo varios intentos en la creación de periódicos, no se los considera como tales ya que los realizaban reyes y sacerdotes sin una línea editorial formada. Varios historiadores consideran al francés Teofrasto Renaudot como el primer periodista de la historia y el creador del primer diario llamado Gazette.

La Gaceta en español tenía todas las características de un diario. Contaba con oficina central y sucursales en todo el país, manejaba género editorial e informativo, utilizó la propaganda como medio de sustento, fue un instrumento político al servicio del poder de la época, los textos están escritos por personas cultas y con criterio.

Posterior a la Revolución Inglesa apareció el Mercurio que seguía una línea más sensacionalista y era una prensa más popular. Pero estos periódicos no eran diarios, fue en 1702 en Inglaterra que apareció el primer ejemplar con publicación diaria, el Daily Courant.

Este diario es de vital importancia para el género femenino ya que fue un golpe para la sociedad machista de esa época, la directora y editora de este diario era una mujer, Elisabeth Mallet, pero tenía que ocultar discretamente su condición femenina.

“El DailyCourant, no contenía una sola noticia nacional, ni tenía ninguna sección original. Compuesto de dos columnas, sus informaciones únicamente consistían en traducciones de dos periódicos holandeses y uno francés”. (Vásquez. M, 1985, pg. 478)

Pero fue el Times el precursor de la prensa de masas. El 28 de noviembre de 1814, el Times anunciaba orgullosamente:

Por primera vez en la imprenta se ha dejado la prensa de mano y este diario se ha impreso mediante un máquina que efectúa la presión con un cilindro u el tiraje automático mediante rodillo. Nuestro número de hoy presenta al público el resultado del mayor perfeccionamiento que ha logrado la imprenta desde que fuera inventada: imprimir en una hora 1.100 ejemplares.

Cabe resaltar que había muchos impuestos que tenían que ser pagados para la adquisición e impresión de los diarios en Europa.

Fueron los Estados Unidos los que consiguieron la abolición de los pesados impuestos y lograron audiencias más amplias,

El primer diario de masas que cumple con los requisitos de público masivo y costo bajo, es el diario sensacionalista The New York Sun, así, fue apareciendo la competencia cada vez con mayor valor agregado como el New York Herald Tribune.

En América Latina este progreso del periodismo tardó y llegó poco a poco a partir de la conquista española. Recién a principios del siglo pasado comenzaron a circular los primeros periódicos latinoamericanos, quienes al comienzo eran editados por los patriotas criollos.

Los principales medios que iniciaron el diarismo en América Latina son: La Nación y La Prensa, de Argentina; El Nacional y El Excelsior, de México; El Mercurio, de Chile; y El día, de Uruguay.

La Prensa Escrita en Ecuador se desarrolló gracias a La Revolución Liberal, que culminó con la toma del poder político por Eloy Alfaro en 1895, y se produjo un giro determinante al siglo XX. Consiguiendo un avance social y de libertadores nunca antes vivido por el país.

Juan Montalvo fue el pionero de los primeros indicios de periodismo en el Ecuador, a pesar que es más reconocido como escritor ensayista, muchas de sus obras revolucionaron el pensamiento político de sus lectores.

Su primera publicación fue la revista Cosmopolita donde se hacía una fuerte crítica al régimen del ex presidente ecuatoriano, Gabriel García Moreno. Al año siguiente año empezó las primeras conversaciones con Eloy Alfaro, quien siempre lo ayudó cuando Montalvo tuvo que huir exiliado del país.

“Entre los nombres que han de bendecir por cuenta mía, dijo Juan Montalvo, está el de Eloy Alfaro, joven apenas conocido para mí, amigo nunca. Tan luego como supo el trance en que me hallaba, se me vino por sus pasos, y me tranquilizó con la más exquisita delicadeza. Y no contento con traerme un billete de pasaje de primera clase, me ofreció una letra para Barbacoas de la suma que yo quisiese, la cual rehusé, porque en esa ciudad me esperaba otro amigo, otro hermano”. (Pérez 2003, p. 89)

En 1875 mediante influencia de Eloy Alfaro circuló en Ecuador la publicación “La dictadura perpetua”, este documento inspiró al asesinato de Gabriel García Moreno, y es cuando surge la histórica frase de Montalvo ‘Mi pluma lo mató’.

Con la Revolución Liberal, el progreso de la nación es claro y la conmoción por el desarrollo y la cultura se nota por medio del periodismo que de una manera inusitada florece en el Ecuador, a todos los niveles y en todas las regiones.

Todo esto no impide que por la idiosincrasia, ya arraigada del siglo XIX, la Revolución Liberal se deforme y de paso a la época de los caudillos liberales. La subida del liberalismo al poder fue procedida por la actitud de varios periódicos que mantuvieron constantes luchas contra la reacción conservadora. *“Así tenemos al Dr. José Peralta que organiza el periódico El Constitucional, El Tiempo fundado por Luciano Coral, o El Telégrafo en Guayaquil. Todos ellos mantienen la expectativa sobre las ideas liberales que precede como anotamos a la transformación de 189”*.(Medina. P, Ecuador 2006. Recuperado 31 de enero de 2012, de <http://estructuraecuador.wordpress.com/category/descripcion-estructurada-de-la-prensa-escrita/>)

1.1.5.2 Historia de la radio

La radio tiene doble ventaja; permite al oyente cierta libertad de movimiento para desarrollar otras actividades, mientras la está escuchando; además es fácil de transportarlo y tiene rapidez en la transmisión de mensajes.

“La gran ventaja que tiene el medio hablado sobre el escrito –dice, a su vez, José Cepeda- reside en el sonido de la voz humana –el calor, la compasión, la ira, el dolor y la risa-. Una voz tiene la capacidad de impartir mucho más que la palabra impresa. Tiene inflexión y acento, duda y paísa y una variedad de énfasis y ritmos”. (Cepeda. J, 1987, pg. 47)

Los medios electrónicos empezaron a surgir gracias a la consolidación del capitalismo, existía la necesidad que la comunicación traspasara rápidamente mares y océanos y así con la aparición del telégrafo eléctrico, el teléfono, la fotografía, fonógrafo a disco fueron los precursores para el surgimiento de los medios audiovisuales como la radio y la televisión.

En 1895 el físico italiano Guglielmo Marconi con 22 años de edad, inventó la radiotelegrafía, un sistema de comunicación telegráfica por medio de ondas radioeléctricas.

“El primer reportaje por radiotelegrafía lo obtuvo el Daily Express, de Dublin en 1898, y lo dedicó a las regatas de Kigsnton, según Jose Alatabella. Fue el propio Marconi quien hizo la transmisión”.(Villamarín. J, 1997, pg. 224)

La voz humana se la empezó a escuchar en 1900 y 1907, gracias a un tubo llamado audion, éste permitía emitir y recibir mensajes, marcando la aparición de la radiotelefonía.

La radiodifusión según los historiadores empezó en 1920, donde la se contaba con publicidad, musicales, noticias, acontecimientos y transmisión periódica. La emisora que inaugura este proceso fue en Pittsburgh con la radio KDKA, quien obtuvo la primera transmisión de éxito con las elecciones en Estados Unidos.

A pesar que la calidad de transmisión era baja, esta vez Estados Unidos tenía ventaja sobre Europa en cuanto a la radio ya que fue de gran ayuda en la primera guerra mundial.

En el ámbito deportivo en 1922 desde Texas se transmitió el primer juego colegial. Sin medios como la radio el deporte tendría solo de relevancia local y no como hoy en día, que es de interés mundial.

Además en este año también se realizó el primer comercial radial, de una tienda departamental en Nueva York, el comercial costó 50 dólares y desde ese entonces las estaciones que transmitían publicidad fueron conocidas como estaciones cuota.

En Ecuador la radio surgió en la segunda década de 1900, el Guayaquil Radio Club fue fundado el 9 de Mayo de 1923, en una época en que las comunicaciones radiales se estaban iniciando en el país.

Desde que el Club fue fundado, sus socios se dedicaron a la experimentación y fomento de la radio, algunos de éstos fueron también pioneros de la radiodifusión en el país.

Los radioaficionados, tanto ecuatorianos como de otros países, fueron los principales instrumentos para la apertura de bandas en alta frecuencia, mejor conocidas como HF. A través de la experimentación, diseños, construcción de equipos y antenas fue posible utilizar cada vez frecuencias más altas.

“Los radioaficionados fueron los pioneros de las comunicaciones de VHF y UHF en el Ecuador” (Medina. P, Ecuador 2006. Recuperado 31 de enero de 2012, de <http://estructuraecuador.wordpress.com/category/descripcion-estructurada-de-la-prensa-escrita/>).

Muchos de los sitios donde actualmente están colocadas repetidoras de radiodifusoras y canales de televisión fueron encontrados por radioaficionados en su búsqueda por encontrar el mejor lugar para ubicar sus repetidores.

La radio tenía que competir fuertemente ante otros medios de comunicación y una gran ventaja fue la transmisión de música lo que le hizo tener mayor acogida. A raíz de esto, nacieron los disc jockeys, además en América Latina, se produjeron y difundieron las radionovelas, lo cual logró mayor aceptación.

En 1978 la frecuencia FM había abarcado la mayor audiencia, dejando atrás a la AM.

Hoy en día la radio sigue siendo una gran herramienta de comunicación y existen emisoras y programaciones para todos los gustos en todas las partes del mundo.

1.2 La televisión

El término televisión proviene de las palabras griegas tele (distancias) y visio (visión). Este aparato produce una recepción de imágenes y sonidos a la distancia.

La televisión se fundamenta en tres principios básicos: la fotoelectricidad, la descomposición de la imagen y la inercia visual.

La fotoelectricidad se basa en aprovechar las propiedades de sensibilidad a la luz que poseen algunos materiales para transformar en flujo luminoso un flujo eléctrico. Gracias a esto aparece en la pantalla un duplicado casi perfecto de las imágenes transmitidas.

La descomposición de la imagen se trata de descomponer en un número de puntos llamados elementos de la imagen y se los transmite uno por uno, ya que no es posible transmitir simultáneamente las imágenes.

Estos puntos son convertidos en impulsos eléctricos que llegan al receptor para transformarse en señales luminosas.

Tanto la fotoelectricidad como la descomposición de la imagen no servirían si es que no se contara con el ojo humano.

La inercia visual. Gracias a esto cualquier punto luminoso que impresione a nuestra retina queda fijo en ella durante aproximadamente una décima de segundo. Es por eso que el ojo humano es el principal elemento que permite realizar la magia de la televisión.

“Gracias a estos tres principios fundamentales; la fotoelectricidad, la descomposición de la imagen y la inercia visual, es posible que imágenes fijas sean proyectadas a una velocidad adecuada, se calcula que se proyectan más o menos 24 imágenes por segundo y en forma intermitente para que parezcan tener continuidad”.(Salas.R, 1969, pg. 25)

En la televisión durante este lapso de tiempo se tienen que enviar uno a uno los puntos necesarios para que la imagen se adecue de forma correcta, antes que desaparezca de la retina la imagen anterior y así se produce la ilusión de movimiento.

En la televisión principalmente existen dos sistemas de transmisión llamados VHF que significa alta frecuencia y UHF que implica ultra alta frecuencia.

UHF utiliza frecuencia que va desde 500 a 900 Mhz. para los canales del 14 en adelante, al contrario de la señal VH que va desde 30 a a 300 Mhz.

La frecuencia VH en su mayoría es asignada a los países para ser utilizados como canales comerciales. Son conocidos como los canales bajos y suelen ser los más usados y de acceso gratuito: estos van del canal 2 al 13.

En la actualidad la imagen de la televisión ha ido mejorando, es por eso que hoy existe la televisión HD que es en alta definición, donde la calidad de la imagen cada vez es más nítida y superior.

La televisión sin duda revolucionó a los medios masivos, y es difícil que otros medios tales como la prensa escrita puedan alcanzar la inmediatez con que

transmite la televisión. Ahora, sin embargo, el internet puede competir con esa rapidez; el problema, es que no toda la población tiene acceso a la red, solo una parte minoritaria a nivel mundial cuentan con este “privilegio”.

Por lo tanto la televisión sigue siendo uno de los medios de comunicación más poderosos y con mayor influencia en todo el mundo.

1.2.1 Historia de la televisión

Como punto previo a la historia de la televisión, es necesario comenzar con la aparición del cine, ya que fueron los pioneros en lograr la retención de las imágenes en la retina y la toma de fotografías en rápidas secuencias sobre objetos animados.

Se inició con el cine mudo pero en 1922 inició el cine sonoro y posteriormente la película a color lo cual permitió captar más público al traducir la realidad con la mayor fidelidad posible al ojo humano.

“A pesar de haberse desarrollado más tarde que el cine y la radio, la televisión tiene con ellos antecedentes comunes como la fotografía, el fonógrafo y otros inventos que permitieron la comunicación a distancia”.

(Villamarín. J, 1997, pg. 247)

La base de la televisión parte de imitar el funcionamiento del ojo humano. Se logró gracias a la invención del iconoscopio que era un tubo de rayos

catódicos y el cinescopio un tubo productor y receptor de imágenes que, hasta en la actualidad, son fundamentales para los nuevos televisores.

El disco mecánico de Nipkow fue decisivo para la transmisión de imágenes, esto ayudó a Johns Baird a realizar la primera transmisión de imágenes en 1925: era la imagen de un muñeco de ventrílocuo y en 1928, mediante un transmisor de onda corta, se transmitieron las primeras imágenes a un barco en la ruta del Atlántico.

En el mismo año se hizo el experimento con una televisión a colores que transmitió imágenes estereoscópicas vistas con gafas especiales.

En 1929 la BBC de Londres apoya a Bird y puso en marcha la primera emisión regular de televisión la cual inició con una hora de transmisión.

Los ingleses esta vez llevaron la ventaja en el desarrollo televisivo, pero surgieron nuevos métodos y Estados Unidos, Alemania, Rusia tenían transmisiones televisivas más prolongadas y con una programación regular.

En el ámbito deportivo dentro de la televisión, fueron la BBC de Londres y la Doberitx de Alemania las que hicieron las primeras transmisiones de imagen y sonido en Los Juegos Olímpicos de 1936, realizados en Berlín. Estos fueron vistos por 150 mil espectadores.

Después se abandonó el método mecánico para remplazarlo por la electrónica a través de los rayos catódicos. La televisión se convirtió en un gran fenómeno en la década de los 50.

Marcaron la historia de la televisión la transmisión de Peter Pan de costa a costa en los Estados Unidos, y el 27 de agosto de 1950 todos pudieron ver lo que sucedía en otra nación gracias a un enlace con el que nació Eurovisión.

Después de la segunda guerra mundial empezaron los primeros informativos por televisión y el surgimiento de las estrellas de TV.

La televisión es hoy por hoy uno de los medios más utilizados por la humanidad, la transmisión de la información es instantánea con lo que se incorporaron programas en vivo.

El desarrollo de este medio en el Ecuador, nace bajo el modelo norteamericano, de manera privada, pero es el Estado desde entonces hasta hoy, el dueño de las frecuencias, con lo que se reserva el derecho de concederlas.

Los 60' marcan en el Ecuador un notable desarrollo de la televisión con el surgimiento del, canal 2 en Guayaquil y el canal 8 en Quito así como Telecentro canal 4. En cuanto a nombres destacan Alvarado Roca, Antonio Granda Centeno, Gerardo y Patricio Berborich.

“Comparando la programación de la época se observa que su estructura profunda no ha variado, la producción nacional como hoy es escasa, bastante ingenua y casta. Sin duda mayor autocensura”.(Medina. P, Ecuador 2006.

Recuperado 31 de enero de 2012, de <http://estructuraecuador.wordpress.com/category/descripcion-estructurada-de-la-prensa-escrita/>

Y así entra la televisión a formar parte de la impresionante red de comunicación en Ecuador; junto con la prensa y la radio comienza a cubrir prácticamente todo el territorio nacional.

“La televisión en Ecuador avanzará indudablemente al ritmo de la globalización. Mantener la lucidez y la capacidad de ofrecer a la televisión discursos desde el derecho, la ética, la política, el Estado, la sociedad y los individuos y exigirle que los incorpore en su quehacer, es acercarla a lo real y sacarla del peligro de convertirme en su propio simulacro”. (Medina. P, Ecuador 2006. Recuperado 31 de enero de 2012, de <http://estructuraecuador.wordpress.com/category/descripcion-estructurada-de-la-prensa-escrita/>)

La televisión hizo consolidar la hegemonía social obtenida a través de la radio y el cine. Demandó una nueva forma de confrontar opiniones.

Hoy los tres medios operan con cada vez más adelantos tecnológicos, a los que se les ha sumado el uso del internet que es una nueva fuente tecnológica e instantánea de obtención de información.

1.2.2 Programas televisivos

Los programas de televisión son el conjunto de transmisiones emitidas en horarios asignados que pueden ser diarios o semanales.

Además, también puede ser un programa especial diseñado exclusivamente para una sola ocasión.

Al producirse un programa de televisión, el objetivo del medio es establecer una conexión entre el programa y los televidentes. *“En los espacios de entretenimiento de la televisión actual, la actividad comunicativa de los programas suele ser más importante que el propio programa, pues está dirigida a obtener la adhesión de ese espectador empírico.”*(La Calle. Ch, 2001, pg.34)

Uno de los principios fundamentales del periodismo y de los medios de comunicación son: informar, entretener y educar al público.

En televisión todos los programas generan espectadores. Existen distintos tipos de programas televisivos tales como:

Informativos: Los noticieros que son los más conocidos, crean un patrón de credibilidad por parte de los televidentes hacia la información transmitida por ellos, son los encargados de dar a conocer los últimos acontecimientos del país y a nivel mundial.

Dentro de un programa informativo se pueden incluir géneros periodísticos, además de varios tipos de segmentos.

Divulgativos: Son el tipo de programas que buscan educar y formar al público dando a conocer nuevas culturas y formas de vida. Dentro de este tipo

de programas se destacan los documentales, programas de ciencia, cultura, viajes etc.

Retransmisiones: es en vivo lo que está sucediendo en ese momento, por lo general, con acontecimientos importantes tales como reuniones políticas, conciertos en vivo, espectáculos deportivos, etc.

Entretenimiento: En esta área se encuentran la mayoría de programas de la parrilla televisiva diaria de los medios, todo lo que mantenga entretenida a la audiencia, como la palabra mismo lo dice.

Dentro de los programas de entretenimiento existen dos tipos los de ficción y no ficción.

Ficción: en este tipo de programas se presentan realidades que en la mayoría de ocasiones son creadas o imaginarias, en las que podemos destacar series, telenovelas, películas, dibujos animados.

No Ficción: estos programas suelen contener realidad de información, entretenimiento y educación. En esta categoría se

encuentran las revistas televisivas o magazines, los programas concursos, talk shows y reality shows:

Magazine: contienen un formato en el que los televidentes pueden ver entrevistas, noticias, variedades, viajes, etc. La audiencia disfruta de muchos temas de interés y entretenimiento en este tipo de formato.

Concursos: entre los que se encuentran concursos telefónicos, preguntas y respuestas, comerciales y espectaculares.

En este tipo de programa el animador pone a prueba los conocimientos y habilidades de los participantes, consiguiendo una gran adhesión del público al crear una cierta conducta de identificación con los participantes o querer estar en su lugar para obtener premios.

Los programas concurso además atraen a las cadenas televisivas porque adquieren varios auspiciantes de publicidad, y por el bajo costo que implica la realización de estos, a comparación de otro tipo de producciones.

“En los años 2000 en Estados Unidos la cadena ABC logró superar en audiencia a sus rivales CBS y NBC, por primera vez y en cinco años gracias a Whowantsto be a millionaire?”(La Calle. Ch, 2001, pg.34)

Talk Shows: es uno de los géneros más representativos en la televisión del espectador, este tipo de programas busca resaltar una sociedad mediática que muestra su carácter humanista y a la vez su cara más inhumana.

El eje de los talks shows son historias de vida protagonizadas por los invitados, frente a comentarios, opiniones y supuestos consejos de vidas ajenas.

Los temas de estos programas son: infidelidad, divorcios, abusos sexuales, prostitución, obesidad, niños desaparecidos, y todas las tragedias más crudas de la sociedad.

“Una sociedad que ha convertido a la palabra en un mito y a la televisión y a la televisión hablante en un ritual, al asimilar palabra y acción, televisión e institución, emisión y recepción.”(La Calle. Ch, 2001, pg.34)

Entre los talk shows más populares que se puede destacar en estos tiempos son el de “Oprah” y “Laura”, personas muy controversiales, pero queridas y respetadas por un gran número de audiencia.

Reality Shows: en este tipo de programa se expone la vida supuestamente real y más íntima de los participantes, además de la convivencia diaria entre los mismos. Se utilizan cámaras escondidas para poder conocer cada instante y los más mínimos detalles que suceden entre los personajes, estos instantes que son transmitidos en episodios televisivos.

El objetivo de este programa es transmitir la vida cotidiana como espectáculo, es una combinación de competencia y supervivencia dentro del ambiente donde se realice, en el cual los participantes están expuestos a críticas o halagos por parte de los televidentes.

Para muchas personas de pantalla el ingreso a un reality show los ha dado a conocer o ha consolidado su carrera.

El impacto de estos programas ha traído varios beneficios de audiencia y económicos a nivel mundial para la distintas cadenas televisivas.

Entre los realitys más conocidos y recordados está el 'Gran Hermano' en donde catorce jóvenes mayores de edad, todos unos desconocidos entre sí, son encerrados en una casa por cierto tiempo, con cientos de cámaras en cada rincón, en donde la convivencia y retos es parte

de su diario vivir, además están completamente incomunicados de todo el mundo, y su consejero y mayor fuente de desahogo para todos sus problemas es una voz llamada el Gran Hermano.

1.2.3 Estructura de un programa de televisión

Para realizar un programa de televisión se tienen que tomar en cuenta los siguientes aspectos fundamentales como son producción, equipo humano, realización, postproducción y emisión.

- **Pre producción:** es el primer paso para realizar un programa en donde necesitamos elementos básicos como: cámaras, micrófonos, sistemas de grabación de imagen y sonidos, sistemas de edición y sistemas de postproducción.
- **Realización:** con todos los elementos para la producción están listos, sigue la ejecución del plan donde se comienza a grabar el programa.

- **Postproducción:** toda producción necesita un control de audio y video, esto se llama edición donde se controla estos elementos además se puede colocar efectos en la cápsula grabada.

- **Emisión:** es el último paso para transmitir el programa después que ya ha sido revisado y editado.

- **Equipo Humano:** la realización de un programa televisivo se da gracias al trabajo en equipo, personas que logran producirlo desde todos los rangos.

Estas personas son; director, realizador, regidor, operadores de cámara, técnicos de sonido, presentadores, editores, equipo microondas, publicista, maquilladores etc.

- **Espacios de trabajo:** estos pueden realizarse en lugares interiores y exteriores. Cuando es en el interior se tiene el estudio y el lugar de realización.

- **Guion de televisión:** es la documentación necesaria que apoya a la producción de un programa. En este guion hay los pasos que se

siguen en cada minuto del programa además de los textos que suelen ser utilizados por los presentadores.

1.3 Periodismo

Esta actividad consiste en la transmisión de la información sintetizada para convertirlo en noticia. Desde que surgió la escritura hubo la necesidad de conocer, dar a conocer enterar y enterarse los acontecimientos.

El periodismo puede ser informativo, interpretativo o de opinión. La información es difundida por los medios de comunicación. Y del periodismo se generó la ética periodística la cual depende de cada profesional, pero siempre tiene que regirse al medio en el que trabaja.

El debate en torno al periodismo y la comunicación siempre ha sido la libertad de expresión ya que hasta hoy en día la prensa y periodistas son censurados principalmente por los poderes políticos, en diferentes partes del mundo.

1.3.1 Historia del periodismo

Con la invención de la escritura, el papel y la tinta, se desarrolló el correo y de éste surgieron las primeras formas de periodismo.

Desde un comienzo el objetivo del periodismo se lo tuvo muy en claro, una forma de comunicar destinada a informar, comentar, orientar y criticar respecto a hechos que interesaban al hombre. *“Porque el hombre siempre ha tenido algo que contar; porque siempre el hombre tuvo un hecho que transformar en noticia...”*(Acosta. J, 1973, pg. 43).

Existen dos formas de difusión del periodismo, oral y escrito, pero la necesidad del periodismo se presentó para muchos historiadores desde la comunidad primitiva.

Pero los antecedentes del periodismo moderno aparecen en el medioevo, hasta el Renacimiento; desde la Grecia con el periodismo oral y Roma con el periodismo escrito.

Los primeros periodistas de la época fueron los juglares, trovadores y el mercader. El juglar era un marginado social, por medio de música buscaba obtener la atención del público, y llevaba la información de forma oral.

Los trovadores eran unas personas más cultas, se dedicaban a componer y escribir poesías.

Los mercaderes existían de dos tipos, el fijo e itinerante; el primero era un informador periódico que creaba un mercado informativo paralelo al

comercial, y el segundo iba de pueblo en pueblo intercambiando productos e informaciones.

La implementación de la imprenta y la circulación de los diarios, ayudó a que surjan los primeros periodistas ya con una línea editorial más formada y una transmisión de noticias más verídica, la necesidad de las noticias creó el negocio de los corresponsales.

Posteriormente con el surgimiento de los nuevos medios de comunicación, fueron apareciendo más periodistas y corresponsales, además nuevas ramas de hacer periodismo, como en el ámbito deportivo, tecnológico, político, comunitario etc.

1.3.2 Géneros periodísticos en los medios

“El medio no es solo un sistema de distribución de mensajes sino también un sistemas de organización de mensajes, y la organización de mensajes preexistentes, se convierte a su vez, en un nuevo mensaje.” (Gonzales. S, 1991, pg. 16)

Los géneros periodísticos aparecieron con la prensa escrita, pero en la actualidad lo emplean todos los medios de comunicación masiva, pero en el traslado de los géneros desde un medio escrito a uno audiovisual, emplea un complejo ajuste de lenguaje específico y explícito, además también la modalidad del mensaje sufre algunos cambios.

Principalmente los géneros periodísticos se distinguen en tres clases el informativo, de opinión e interpretativo.

- **Informativo:** la exposición es básica en su discurso, consiste en informar adecuadamente un hecho noticioso. El periodista se encarga de conocer el hecho, registrarlo, indagar detalles y después comunicarlo.

“Se trata de un hecho probable o consumado, porque noticia es todo aquello que ocurrió o va a ocurrir y que, a juicio del periodista, serpa de gran trascendencia y de interés general.”(Gonzales. S, 1991, pg. 21)

Para investigar una noticia el periodista tiene que tomar en cuenta preguntas básicas para obtener una información completa, estas preguntas son: ¿qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿para qué?, ¿por qué?

Dentro de este mismo género se derivan subgéneros como la crónica, la entrevista, nota informativa, reportaje y además está el periodismo especializado que trata sobre temas en específico, donde se derivan ramas como el periodismo deportivo, investigación, económico, guerra, político, comunitario, etc.

- **Opinión:** este nace a través de la interpretación de la información es un análisis un punto de vista que se da en torno a distintos temas.

La información en este género pasa a formar parte de un segundo plano, ya que el objetivo principal del periodismo de opinión es explicar el significado del suceso noticioso y con ello influir en la opinión pública.

El hecho que se pueda generar una opinión no quiere decir que hay como lanzar comentarios sin razón ya que estos deben estar fundamentados y la visión subjetiva de los hechos tiene que ser razonada y explicando las razones de las opiniones.

En este género se destacan los subgéneros que son; el editorial, artículo de opinión, columna, crítica, carta al director, tira cómica.

- **Interpretativo:** es una forma intermedia entre el periodismo informativo y de opinión, la recepción del mensaje hacia el público se puede interpretar de distintas formas de acuerdo a la percepción del mismo, a la vez esto genera tendencias.

Cada medio utiliza distintos códigos para expresar el mensaje y a la vez facilitar la comunicación.

Su objetivo es aclarar el sentido de las noticias que aparentemente están dispersas. Su afán es mostrarle a la audiencia la unión de los hechos, indicar del por qué acontecieron y no describir simplemente las cosas ocurrieron.

Para este género periodístico es importante la clarificación, perspectiva, significación y consecuencia de los hechos.

1.3.3 El periodismo Deportivo

El periodismo deportivo es aquel que informa sobre temas relacionados con el deporte y los certámenes deportivos que son del interés y opinión pública, regional, nacional e internacional.

“Mientras en muchos medios de comunicación los periodistas dedicados al reportaje deportivo son llamados los profesionales del juego, en realidad esta área ha crecido es importancia a medida que el deporte mismo se ha convertido en un poder económico e influyente.”(Rajuela. Pasión Futbolera. Recuperado 12 de diciembre de 2012, de redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio)

El periodismo deportivo es un elemento esencial de todas las organizaciones de la información en la actualidad. Existen incluso asociaciones y gremios influyentes de periodistas deportivos en los diferentes países e incluso a nivel regional e internacional que se dedican a la calificación del oficio de transmitir información específicamente deportiva. De la misma manera, algunos medios de comunicación social se especializan solo en información deportiva.

“Entre los periódicos más destacados en Europa se encienden L’Equipe en Francia. La Gazzeta dello Sport en Italia, Gazeta Sportuilor en Rumania Y sporting Lofe en Gran Bretaña. En estados Unidos se destacan las emisoras

Sports Illustrates y Sporting News y el canal de televisión ESPN, en Argentina y todo el mundo Fox Sport.”(Catañon. J, 2006. El fútbol es así. Recuperado 18 de diciembre 2011, de <https://forja.rediris.es/docman/view.php/861/1312/gdd.pdf>)

La comunicación deportiva ha pasado de ser una hermana pobre de la información, a ser reclamada por la sociedad, “*y el periodismo deportivo aupado por la expansión del deporte y por los intereses creados a su alrededor*”(Catañon. J, 2006. El fútbol es así. Recuperado 18 de diciembre 2011, de <https://forja.rediris.es/docman/view.php/861/1312/gdd.pdf>), debido a ser una actividad inteligible para todos los seres humanos y abierta a todas las razas, ideologías y religiosas, a convertirse en una faceta de la información con personalidad propia.

“El reto del nuevo periodismo deportivo del siglo xxi implica, además replantear la actual agenda informativa, centrada preferentemente en el registro superficial, el comentario técnico, la polémica y el análisis meramente subjetivo. Esto permitirá enriquecer el panorama actual del lenguaje, caracterizado por la pobreza, la simpleza, la repetición y la falta de profundidad.”(Alcoba. A, 2005, pg. 19)

El reto consiste también en reflexionar acerca de la estrategia ideal para cautivar las futuras audiencias, especialmente en la radio, medio de enorme penetración, credibilidad e influencia durante la segunda mitad del siglo XX pero que en la actualidad ha permitido terreno, especialmente entre los aficionados jóvenes.

Finalmente es necesario extender el discurso del temario periodístico deportivo, con el fin de garantizar la inclusión de asuntos de carácter científico, social, político, económico y cultural, que propicien la adecuada interpretación de los hechos y la correcta orientación del público.

1.3.3.1 Significado socio-político

Las grandes ligas de baloncesto dieron a los periodistas un papel especial en sus juegos: ellos eran los calificadores oficiales y quienes guardaban las estadísticas de la liga. Sin embargo, fueron removidos de esta tarea a partir de 1980. *“Aunque sus juicios estadísticos no afectaban los advenimientos del juego, se percibía un conflicto de intereses”*(Alcoba. A, 2005, pg. 10).

“Las historias deportivas trascienden con frecuencia en los mismos juegos y toman un significado socio-político”(Alcoba. A, 2005, pg. 10).

Controversias modernas que tienen que ver con la remuneración de grandes atletas, el uso de metabólicos y otras drogas no permitidas, el costo local o nacional de los gobiernos para la construcción de infraestructuras, especialmente en eventos de gran trascendencia como los juegos olímpicos, demuestra que el deporte gana un espacio importante en las páginas de los diarios.

Los reporteros deportivos se ven sometidos con gran frecuencia a la premura de la información en el grado mayor a los periodistas de otras

áreas, debido a que los eventos deportivos, a modo mundial, ocurren con frecuencia a diferentes horas del día e incluso de las noches. Sin embargo se espera que ellos utilicen las mismas herramientas que los demás profesionales de la información y mantengan los mismos principios éticos y de rigor profesional.

“Deben cuidarse de no mostrar simpatía preferencia por un equipo o un deportista y por lo general tienen que reunir una gran cantidad de cuadros estadísticos por equipos y por individuos con una gran precisión matemática”(Alcoba. A, 2005, pg. 11).

1.3.3.2 Historia del periodismo deportivo

Ocho siglos antes de Cristo, Grecia y sus juegos olímpicos inspiraron relatos sobre las primeras grandes proezas a través del deporte. El tributo a los dioses, en especial Zeus mediante la exigencia física, fue el centro de las competencias más reconocidas en la historia antigua de la humanidad.

“Las pruebas de carruajes tirados por caballos, los combates cuerpo a cuerpo, los saltos, lanzamientos y las carreras atléticas componían la agenda de las justas desarrolladas durante cinco días y repetidas cada cuatro años hasta cuando fueron prohibidas por el emperador Theodosius”(Alcoba. A, 2005, pg. 19).

Dando un salto a la historia en la búsqueda de la génesis del periodismo deportivo moderno –como especialidad dentro de la agenda informativa de los medios masivos-, nos remontamos en el año de 1896 cuando en Atenas, Grecia, se cristalizó el proyecto del educador francés Pierre de Freddi, barón de Coubertin, quien buscó revivir la tradición de los juegos olímpicos de la antigua Grecia como una forma de resaltar las virtudes, la disciplina y la templanza del ser humano mediante la práctica de la actividad física, alrededor de unas competencias internacionales. Para entonces fueron doce los periodistas acreditados para la cobertura del certamen, y muchos de los 311 atletas de trece países que al final participaron decidieron hacerlo motivados por la convocatoria hecha por los comunicadores.

Antes del certamen olímpico, hacia mediados del siglo XIX, ya existía un naciente periodismo deportivo a través de los relatos sobre carreras de caballos, peleas de boxeo, combates de esgrima, competencias de ciclismo y desafíos náuticos, entre otros, que fueron consignados en periódicos de la época y que inspiraron incluso la fundación de los primeros diarios especializados en actividades físicas.

“El comienzo del siglo XX se distinguió por un frenético desarrollo del periodismo deportivo, caracterizado en su lenguaje por la creación de nuevas expresiones lingüísticas (neologismos)”(Alcoba. A, 2005, pg. 20), nuevas interpretaciones del idioma para explicar y describir circunstancias particulares de la competencia (muchas de ellas

tomadas del lenguaje militar), metáforas, símiles, comparaciones y giros idiomáticos que dieron origen a la crónica deportiva, además del empeño por el cultivo de las estadísticas por los pioneros de las incipientes disciplinas.

Este estilo periodístico, alimentado además por las consolidación industrial y comercial de la radio y la televisión, fácilmente cautivó y orientó a una afición ávida por consumir historias sobre los nuevos héroes, hazañas de campeones que simultáneamente fueron creando una nueva cultura de superioridad y de representación social en los ámbitos local, regional, nacional e internacional, en distintas modalidades que, a la par con el ciclo olímpico, consolidaron sus ciclos y sistemas de competencia.

El mundo de la información deportiva creció como ningún otro periodismo del siglo XX. Difícilmente podemos encontrar una actividad de convocatoria masiva superior a la que se alcanza en los juegos olímpicos o en las copas mundiales de fútbol.

“El deporte es, en suma, una actividad cultural imprescindible en la sociedad contemporánea”(Naranjo. P, Palabra clave. Recuperado 26 de enero de 2012, de <http://fútbolactual./363/sin-0/85.pdf>). Esta realidad plantea un gran reto para el periodista deportivo del siglo XXI, pues la profundización en el conocimiento de disciplinas de orden científico, humanista y social se

hace tan imprescindible como el dominio de los deportes sobre los que informa.

1.3.3.3 **Acceso de los periodistas deportivos**

Los equipos deportivos no son siempre de fácil acceso para los periodistas; en los Estados Unidos, mientras permiten reporteros en los vestíbulos para entrevistas y alguna información extra, los equipos proveen gran información, incluso si los reportes son desfavorables a ellos. En otras partes del mundo por ejemplo, especialmente en lo que tiene que ver con el cubrimiento del fútbol, el papel del periodista es pocas veces tolerado por los clubes deportivos y los jugadores.

Periodistas deportivos son como cualquier otro reportero y deben encontrar historias más allá de simples reportes dados a ellos por los equipos deportivos, instituciones o los entrenadores. Los periodistas deportivos deben verificar los hechos que les son consignados. Por lo general equipos, organizaciones deportivas y entrenadores cancelan credenciales de periodistas o medios que publican o emiten informaciones imprecisas o tendenciosas. Las agremiaciones deportivas estadounidenses suelen presentarse como las de mayor apertura hacia la labor del periodista, especialmente en el fútbol americano, baloncesto, hockey, baseball y fútbol soccer.

Esto no sucede en nuestro país. El periodista deportivo está limitado para hacer su labor de cobertura completa; no solo tiene que estar a expensas de los jugadores sino vienen cabezas más altas como entrenadores, directivos y hasta las propias federaciones.

Capítulo II

2.0 Participación del género femenino en el periodismo deportivo

“La transformación que se requiere debe propiciar periodismo democrático, ejercido por mujeres y hombres con una sensibilidad abierta a la perspectiva de género, y dispuestos a moldear una relación diferente, democrática y sin discriminaciones entre mujeres y hombres” (Comensaña. G, 1991, pg. 9)

Hablar de género implica varios significados, como la forma legal de identificar si se es hombre o mujer, aunque para muchos eso es hablar de sexo masculino o femenino; y el hablar de género es atribuir a los sustantivos en español un rol femenino o masculino. Además existe la identidad de género que es el cómo la persona se siente, ya que el género también implica el comportamiento y creencias del mismo.

El ser femenino se asocia con los rasgos y comportamientos de una mujer, mientras que el ser masculino va directamente asociado con el comportamiento del hombre.

Pero no siempre el haber nacido hombre o mujer implica sentirse y comportarse como lo mismo, esa es una realidad que hoy en día se vive en la sociedad y que aún no termina por ser aceptada.

2.1 Roles de género

Ha sido la sociedad la que se ha encargado de imponer este papel de roles de género, lo que a la vez ha impuesto una manera sexista de ver y hacer las cosas.

Al hablar de roles de género se refiere el cómo las personas actúan para hacerse ver como hombre o mujer, y a pesar que estos roles varían de acuerdo a la cultura del ser humano, la sociedad en sí, se ha encargado de

imponer la forma en la que hombres y mujeres deben comportarse, hablar, vestirse e incluso trabajar.

Estos roles de género se desarrollan desde que las personas son infantes, comenzando por los padres, familia, religión, cultura, medios de comunicación y la vida misma.

Al sugerir que ciertas cosas las pueden hacer solo un hombre o mujer, se está restringiendo que ambos puedan tener acceso libre a todo. Esto se ha juzgado como feminismo y machismo.

2.1.1 La conciencia de género

La falta de conciencia de género hace posible la aceptación, como un hecho natural, la subordinación de la mujer, a comportamientos que debe adquirir en la vida cotidiana.

En esta aceptación y en este comportamiento, interviene lo que en rigor se ha denominado la racionalización ideológica, entendida como los mecanismos que operan para generar consenso y aceptación pasiva de una situación desfavorable.

En los términos clásicos, la ideología interviene para cubrir la realidad, opacar la diferencia y propiciar la aceptación sumisa.

“El tema de la emancipación femenina ha sido motivo de luchas y permanentes iniciativas de movimientos femeninos”(Comesaña. G, 1991, pg. 21), que buscan explicar el problema complejo que significa generar un pensamiento crítico, transformador, que planteen nuevos escenarios para la actuación de la mujer, no simplemente como un acto de redención de ésta, sino como un acto que reivindique la condición humana de mujeres y hombres.

El análisis del problema, a través del prisma ideológico, permite observar como las mujeres son integradas al paradigma patriarcal, según lo cual lo masculino constituye el modelo que debe asumirse; por vía de la creación de símbolos, imágenes y creencias.

A falta de un mejor recurso, debido a que la realidad muestra injusticias, discriminación y segregación de la mujer, se recurre al mundo de lo simbólico por intermedio de los medios masivos.

La mujer es a quien el medio televisivo, y sus financistas, dirigen preferentemente sus mensajes, planteando que, como permanece más tiempo en la vivienda y se supone que es la que organiza la distribución del presupuesto familiar, se la considera el sujeto propicio para ser el centro de ataque de los mensajes publicitarios.

Si bien el medio televisivo requiere de un análisis particular, muchas de las consideraciones que pueden hacerse sobre éste, son aplicables a lo que sucede en el campo de intercambio mediático- se emplea el término como

sinónimo de medios masivos de difusión- pues este es el cambio de creación de símbolos e imágenes, en donde se libera la batalla crucial acerca de los valores que se imponen y se hacen dominantes en la sociedad.

Es, en resumidas palabras, en el terreno de los medios masivos en donde se libera esa lucha a favor de una superación del rezago patriarcal, pues desde allí se irradian modelos y conductas que terminan influyendo, y racionalizando una determinada conducta, que legitima la subordinación de la mujer.

El problema es complejo y está también expresado en el campo del lenguaje, pues se requiere de la aplicación de una óptica diferente; se plantea un cambio o transformación que indique con claridad que una nueva forma de pensar gana terreno, y esto poco a poco se ha ido demostrando las mujeres que cada vez tienen mayor participación en el campo laboral y en contexto familiar.

Pero sin embargo desde el punto de vista de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en su informe 2012 de Objetivos de desarrollo del Milenio, indica: *“La desigualdad entre los géneros continúa y las mujeres siguen enfrentando discriminación en el acceso a la educación, al trabajo, a la tenencia de bienes y en su participación en el gobierno. La violencia contra la mujer sigue socavando los esfuerzos de alcanzar todos los objetivos. La continuación de los avances hacia 2015, pero también después, dependerá mucho de los éxitos que se logren en estos desafíos interrelacionados.”*(Ki-

2.1.2 Machismo

El termino macho refiere al hombre, es la conducta con a que se ha tildado a los hombres que piensan que solo ellos pueden desarrollar ciertas actividades, y este nombre no solo lo ha impuesto la mujer sino ha sido el mismo hombre el que se ha encargado en creer que solo él puede realizar distintos tipos de cosas y cumplir papeles dentro de la sociedad.

El machismo siempre ha implicado la diferencia entre lo que el hombre puede y tiene que hacer y que, la mujer no puede ejecutar, esto ha provocado el sometimiento a las imposiciones que el hombre y la sociedad le han impuesto a la mujer. Muchos hombres sienten superioridad ante la mujer por este hecho, e incluso no permiten que la mujer se desarrolle profesionalmente, imponiéndole que permanezca dentro del hogar como ama de casa y en la cocina.

“La mentalidad machista retrógrada hace que sea común encontrarse en el Ecuador con hombres que piensan que sus esposas no son más que sus sirvientas personales. ¡Más vale que haya comida caliente y que la casa esté limpia! Y cuando llega borracho de madrugada, ¡más le vale a su esposa estar lista y dispuesta a satisfacer sus necesidades carnales!”(Martínez, J.

Realidad Ecuador. Recuperado 11 de abril de 2013, de <http://www.realidadecuador.com/2011/10/machismo-en-el-ecuador.html>).

El machismo no busca igualdad de género, sino muy al contrario es el responsable de crear conductas negativas de parte del hombre hacia la mujer, además del rechazo a los logros e importancia de las cosas que realiza el género femenino.

Esta es una manera sexista y conducta negativa que han adoptado los hombres desde que fueron niños del cómo hablar y comportarse ante la sociedad, pero esta forma sexista del hombre ha sido muy perjudicial ya que está directamente asociada con discriminación hacia la mujer y violencia de género.

2.1.3 Feminismo

“La entrega del 2011 al premio Nobel de la Paz a tres mujeres africanas que lucharon por la igualdad de género debe hacernos pensar en nuestra realidad y en cuánto necesitamos líderes como ellas”(Martínez, J. Realidad Ecuador. Recuperado 11 de abril de 2013, de <http://www.realidadecuador.com/2011/10/machismo-en-el-ecuador.html>)

Este término proviene de lo femenino, refiere a la búsqueda de igualdad a una sola identidad humana, la teoría sugiere que por el hecho de haber nacido mujer tiene los mismos derechos de los que goza el hombre.

El feminismo nace con la idea de romper la ideología que el varón haya sido creado con un poder superior que la mujer, así que este movimiento lucha por una libertad de identidad y género.

Pero no se lucha solo en contra del hombre, sino ante la mujer misma que en cierta forma ya ha sido sometida a un estilo de vida desde hace mucho tiempo, por eso uno de los objetivos principales del feminismo es la transformación de la sociedad con equidad de género.

Esta lucha ya ha dado frutos, pues hoy en día ya se ha tenido grandes representantes políticas mujeres en el mundo, puestos, a los que antes, solo accedían los hombres.

Gracias a este movimiento la mujer sigue desenvolviéndose cada vez más en un mundo lleno de retos y tabúes que de los que antes eran excluidas, sin embargo no se ha logrado esto en su totalidad.

2.2 Discriminación a la mujer

La discriminación a la mujer se debe al rechazo de sus habilidades y capacidades por su condición femenina. Esto ha apartado a la mujer de las principales funciones en la sociedad.

La discriminación puede ser salarial, ocupacional y discriminación a la fuerza laboral, a menudo se produce por factores culturales, sociales, económicos y familiares.

Es obligación de cada Estado trabajar para frenar esta discriminación, incluyendo a la mujer en todos los aspectos que conforman un país soberano y democrático.

“El objetivo de alcanzar la igualdad entre los géneros también sigue sin cumplirse, con amplias consecuencias negativas, ya que alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio depende en gran medida del empoderamiento de la mujer y de un acceso de las mujeres, en condiciones de igualdad, a la educación, al trabajo, al cuidado de la salud y a la toma de decisiones”.(Ki-Moon, Ban . Organización de las Naciones Unidas. Recuperado 16 de febrero de 2013, de http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/mdg_2012_foreword_overview.pdf)

Antes la mujer no tenía acceso a la educación, fue aproximadamente en 1940 cuando comenzó a participar del estudio, y esto ayudó a disminuir los índices de analfabetismo en el mundo. A partir del momento en que la mujer pudo educarse, en realidad ya hace varios años, algunos hogares tienen como cabeza de familia a la madre y no al hombre como se acostumbraba, pero en otras familias se sigue relegando a la mujer tratándola solo como ama de casa y sin permitirle realizarse como profesional.

La condición de género femenino, no implica que no pueda realizar las mismas actividades que realizan los hombres, además que en el ámbito profesional igual pueden desempeñarse en las mismas áreas ya que tienen igual capacidad.

A pesar que aún se siga viviendo en una sociedad que no incluye del todo a la mujer, del género femenino también depende hacer respetar su condición femenina y los derechos a una vida equitativa donde pueda desenvolverse en todos los aspectos físicos, sociales, laborales económicos, culturales etc.

2.3 Participación y tratamiento al género femenino

El punto de partida de cualquier intento que plantee entender, interpretar y transformar lo relacionado con el mundo femenino pasa por situar en su justa dimensión el género, como categoría de análisis.

Por género se entiende que es una serie de roles culturales. *“Es un disfraz, una máscara una camisa de fuerza donde los hombres y mujeres bailan su desigual danza”*(Comesaña. G, 1991, pg. 38). Es decir, los sustantivos hombre y mujer no consisten en un conjunto de atributos naturales, sino que se trata de una gran parte de construcciones culturales.

De modo que no es hombre o mujer por una simple y aséptica determinación natural.

“Una no nace, sino que se hace mujer, es decir lo que se consideran características humanas femeninas son adquiridas por las mujeres mediante un complejo proceso individual y social, en vez de derivarse naturalmente de su sexo”.(Comesaña. G, 1991, pg. 39)

El género es una especie de filtro cultural con que interpretamos el mundo, y también una especie de armadura con la que constreñimos nuestra vida.

Una pregunta lógica que se formula es: si el género es una construcción cultural como ¿cómo se desarrolla la exclusión de la mujer de actividades vitales de la sociedad?

“El género como categoría analítica desde las tempranas descripciones de las diferencias del sexo y la gama de roles sexuales de estudio de cómo el género construye la política, la clase y la raza construyen el género.”(Comesaña. G, 1991, pg. 41)

La subordinación de la mujer responde a una lógica cultural y no a un hecho que se corresponda con la naturaleza del hombre o de la mujer.

2.3.1 El papel de la mujer en la sociedad

“El tiempo que vivimos, como nunca antes en la historia, ofrece a la mujer que siente la necesidad y el deseo de penetrar el campo profesional, amplias posibilidades para hacerse presente en la sociedad, con todo su genio femenino”(Lamas, M. El género, la construcción cultural de la diferencia sexual, 2000. Recuperado 27 de enero de 2012, de <http://www.fempres.cl/ABC>)es decir, con todas las cualidades y

riquezas de su feminidad. La mujer puede ahora ejercer un influjo creativo, renovador, humanista, en todos los ámbitos de la vida social: empresa, política, ciencia, medicina, educación, cultura, medios de comunicación, etc.

El mundo de hoy, por lo tanto, se abre ante la mujer, como un campo, para que ella plante la semilla de su feminidad, y ésta pueda dar fruto. La mujer puede salir, prolongar su don de sí misma más allá del ámbito familiar, como una forma de multiplicar su capacidad de donación y, con ello, su realización como mujer.

Pero el salir para hacerse presente en la sociedad, no es sólo un medio para que ella se realice. Es, de igual manera, un beneficio para la misma sociedad. El mundo de las empresas, de las decisiones, de la cultura y la comunicación humana, necesita enriquecerse de todo aquello que la mujer puede aportar. Necesita precisamente de lo femenino. Y necesita lo femenino no para suplir lo masculino, sino para complementarlo y enriquecer la sociedad. *“Por eso es importante, antes de describir este horizonte de proyección, que la mujer se descubra necesaria para el mundo”*(Lamas, M. El género, la construcción cultural de la diferencia sexual, 2000. Recuperado 27 de enero de 2012, de <http://www.fempres.cl/ABC>). Aun cuando la mujer no se sienta así, cuando una de ellas falta en el hogar, se nota, y los hijos son los primeros que la echan de menos. De la misma manera, nuestra sociedad, aunque no lo diga, siempre dependen de lo femenino.

El primer papel de la mujer en la sociedad consistirá, por tanto, en que sea ella misma, con toda su identidad y feminidad. Es verdad que muchos

sistemas y estructuras deben cambiar, porque aún no se reconoce del todo que la mujer es necesaria en determinados ámbitos de la sociedad. Pero también es verdad que la mujer no siempre ha luchado por penetrar las esferas sociales, sino que se ha quedado al margen, o, cuando se ha metido dentro del mundo profesional o político lo ha hecho disfrazándose de varón.

“Habrá mujeres que desearán entregarse de lleno a su familia sin realizar ningún trabajo profesional fuera del hogar”(Lamas, M. El género, la construcción cultural de la diferencia sexual, 2000. Recuperado 27 de enero de 2012, de <http://www.fempress.cl/ABC>). Si la mujer siente que así será llamada a realizar su don, debe hacerlo con seguridad y satisfacción. En esa misión de madre y educadora ella florecerá en toda su feminidad y se realizará como mujer. Obligar a trabajar a la mujer fuera del hogar sin permitirle opción sería concebir la realización de su identidad en términos de productividad y no de donación personal.

El equilibrio entre la vida familiar y el trabajo es uno de los retos principales que tiene la mujer de hoy de cara a su misión en la sociedad.

2.4 La mujer y el periodismo

Una rápida mirada a los medios masivos de difusión permite observar que cada día se hace más evidente la presencia de la mujer en este campo. El fenómeno probablemente se repita en las distintas disciplinas profesionales.

La mayoría de las funciones hace pocas décadas eran ejercidas exclusivamente por hombres; la medicina, el derecho e incluso el periodismo.

Sin embargo, el crecimiento de la participación femenina en los medios conserva rezagos y resabios discriminatorios, propios de una concepción patriarcal, que justifica y racionaliza el predominio del hombre sobre la mujer.

Esa manera de entender el mundo impregna el ejercicio de los medios masivos y se hace manifiesta en sus contenidos. Se expresa en el lenguaje, que se considera al hombre como la medida universal de lo humano: en la publicidad, que explota y abusa de la sexualidad de la mujer para el anuncio de cualquier tipo de mercancía: Se utilizan modelos en trajes de baño para vender losas para piso y automóviles, y cualquier otro artículo; *“se confunde lo femenino con secciones dedicadas exclusivamente a la moda, la gastronomía y los sociales –bodas, despedidas de solteros y solteras, bautizos; y no se hace seguimiento de fenómenos relevantes que lesionan a la mujer, como la violencia doméstica; tampoco se dedica espacio, ni tiempo, a las acciones por un mayor reconocimiento de los derechos de la mujer”*.

(Comesaña, G. 1962, pg. 39)

Entonces, si bien contribuye un hecho importante que haya una mayor presencia femenina, en el ejercicio del periodismo, no obstante, todavía no se hacen correcciones de fondo al problema de la discriminación a la mujer. Aún persiste de manera notoria una práctica sustentada en los estereotipos sexuales, en prejuicios y en una manera de entender el mundo que la relega.

El problema no se remite por la tanto a un asunto de mayor o menor cantidad de las mujeres en los medios. *“El fenómeno resulta más complejo y está*

directamente relacionado con la ausencia de género, de género femenino, De tal manera que muchas veces son las propias mujeres –periodistas quienes, quizás sin proponérselo sostienen y difunden el paradigma sexista discriminatorio y parcial”.(Valle, N. El ABC del periodismo no sexista. Recuperado 27 de diciembre 2012, de http://periodismo-mujer_abc.nuevo/sinsexo-02)

La pregunta sería ¿De qué manera se expresa en el periodismo la tendencia a una mayor participación de la mujer? Otras interrogantes son las siguientes ¿Influye dicha tendencia en la modificación del paradigma que discrimina a la mujer? ¿Concede el lenguaje periodístico en lugar que corresponde a la mujer en la sociedad o se hace eco en el paradigma patriarcal? ¿Por qué no prevalece un periodismo democrático que ubique en su justa dimensión a la participación de los hombres y las mujeres, en la edificación de la sociedad?

2.4.1 Comprensión del problema

“El deporte hoy en día se ha convertido en una actividad fundamental para el desarrollo del ser humano. Los valores que encarna se están poniendo como modelo para el crecimiento personal y de las sociedades en conjunto. Además, el ‘Periodismo Deportivo’, que se encarga de difundirlo, de transmitirlo, también se convierte en punto clave en ese desarrollo de los pueblos”.(Mar, M. Lamujer en el periodismo deportivo.Recuperado 16 de febrero de 2012, de

<http://www.solodeportefemenino.com/portal/index.php/investigacion/eventos-y-congresos/159-la-mujer-en-el-periodismo-deportivo-valores-humanos-eurocopa-y-juegos-olimpicos>)

Puede decirse que en los medios masivos de comunicación se concede poca importancia a los temas relacionados con la participación de la mujer en la sociedad, y eso se ha visto reflejado en el patrón de cultura televisivo que se está acostumbrado a observar. Son escasas las reporteras o periodistas deportivas que existen en los medios, y las mujeres que participan en este tipo de programas. En la observación hecha a los programas deportivos de televisión abierta VH en Ecuador, se puso comprobar la poca participación del género femenino, y las mujeres que han participado, han sido vistas como un símbolo sexy, mas no como una figura intelectual con conocimiento amplio en el ámbito deportivo.

También se puede ver la discriminación en el ámbito de la opinión, son pocas las mujeres articulistas o columnistas.

“Es decir que en materia de contenido, no hay una presencia equilibrada de la mujer”(Mar, M. Lamujer en el periodismo deportivo.Recuperado 16 de febrero de 2012, de <http://www.solodeportefemenino.com/portal/index.php/investigacion/eventos-y-congresos/159-la-mujer-en-el-periodismo-deportivo-valores-humanos-eurocopa-y-juegos-olimpicos>), eso a pesar de que ciertamente la tendencia predominante es que haya una creciente presencia en los medios masivos, en el ejercicio del periodismo o la labor de la comunicación social.

Pero el problema no puede reducirse a datos cuantitativos. No resulta suficiente con la feminización del periodismo. Queda pendiente la asignatura

de ganar conciencia de género, es decir de propiciar una lectura de la realidad que evidencia la discriminación que se produce cotidianamente contra la mujer y se develen los mecanismos que sirven de soporte a la ideología patriarcal.

Y tomando en cuenta a las mujeres que han participado en el ámbito deportivo, al querer asociarlas con el periodismo deportivo, se la involucra por su físico y no por su conocimiento.

A continuación una muestra que evidentemente refleja cómo se asocia a la mujer con el periodismo deportivo.

En el motor de búsqueda google, imágenes provocativas de mujeres que trabajan habiendo periodismo deportivo, al intentar buscar solo información.



Fuente: www.google.com buscar mujeres en periodismo deportivo

2.5 Presencia de la mujer en los medios masivos de difusión desde una perspectiva de género

Los medios de comunicación no han dado un espacio equitativo tanto a mujeres como hombres en los distintos roles que se puede cumplir laborando en un canal, desde un punto de vista de género.

Desde una óptica teórica se trabaja con dos categorías de análisis: género y conciencia de género. Para abordar el problema se construye un modelo de análisis.

El modelo se estructura a partir de dos criterios: La frecuencia con las que se publican las informaciones, y el análisis del contenido de las informaciones. Las investigaciones y lo que se observa a simple vista indica que en la prensa prevalece el paradigma patriarcal, que discrimina a la mujer. *“Eso ocurre a pesar de que se registra una creciente tendencia a que el periodismo en general sea cada vez más ejercido por más mujeres que hombres y que cada vez hay más mujeres interesadas en seguir la línea del periodismo deportivo”*(Mar, M. Lamujer en el periodismo deportivo. Recuperado 16 de febrero de 2012, de <http://www.solodeportefemenino.com/porta1/index.php/investigacion/eventos-y-congresos/159-la-mujer-en-el-periodismo-deportivo-valores-humanos-eurocopa-y-juegos-olimpicos>).

La mujer que ha podido incursionar en el medio deportivo, se ha reducido a especializarse más en los deportes que confieren con lo femenino como gimnasia, aeróbicos entre otros, pero la misma podría participar en todo lo que implica la elaboración de un programa de televisión con contenido deportivo donde se puede incluir en todos los campos a hombres y mujeres, sin embargo no se ha tomado mucho en cuenta a las mujeres para la elaboración de este tipo de programas.

Si una mujer es una periodista profesional al igual que un hombre tiene la misma capacidad y derechos de intervenir objetivamente en cualquier formato de programa, desde productora del mismo hasta presentadora de un espacio deportivo, así se crea que la mayoría de deportes son solo de interés masculino.

Sin embargo en varios países del mundo se ha visto un avance ya que desde hace algún tiempo las mujeres han copado la pantalla de los programas deportivos, un terreno que durante pocos años atrás era reservado en forma exclusiva para los hombres, los cuales han tenido que aceptar la invasión de un lugar que consideraban propio.

Algunas mujeres en el mundo del periodismo deportivo, de las que se pueden citar y destacar son: Margarita Wais (Fox Sports), Viviana Semienchuk (TyCSports), Angela Lerena (TyCSports) y Milagro Lay Gonzáles (Extradigitalweb.com). Ellas en varias entrevistas que se les ha realizado en distintos medios han confesado que debieron superar algunas pruebas para ingresar en una profesión que para muchos peca de machista.

Según Wais, no es el medio quien no cree en las mujeres, sino el público. En cambio, para Semienchuk, *“es más fácil que te acepte la gente que los periodistas deportivos hombres, sobre todo por el egoísmo que hay en cuanto al manejo de la información”* (Waib, O. Las chicas bellas del periodismo deportivo.

Recuperado 13 de diciembre de 2011, de <http://www.infobae.com/notas/nota.php?IdxSeccion=100713%20-%2070k>). En la actualidad Margarita Wais sigue haciendo deportes en Fox Sports, y hay nuevos rostros de mujeres haciendo

periodismo deportivo en el mundo como Antonietta Collins y Claudia Trejos, quienes laboran en Univisión deportes, señal que llega a todos los Estados Unidos, México, España, entre otros países que transmiten la señal de la empresa Univisión.

Los inicios en esta profesión para las mujeres vienen casi siempre con inconvenientes ya que para un hombre, la cobertura de un vestuario post-partido no debería presentar problemas, pero para una mujer desde este punto se encuentra con una dificultad, ya que la mayoría de partidos a los que los medios dan cobertura son de fútbol masculino; y al entrar una mujer a un vestuario ya se genera cierto recelo, es ahí donde a pesar de los prejuicios se debe mostrar profesionalismo ante todo y siempre.

Ahora bien, sería lógico pensar que si los programas deportivos tienen mayoría de presencia masculina, se prefiera refrescar con una belleza femenina, pero en este caso se estaría tratando nuevamente a la mujer como un símbolo y no como una periodista.

Este es el punto que parece generar una especie de “guerra de periodistas deportivas” además de la distorsión y apreciación del público en general y de toda una sociedad. Las diferencias se dan entre “lindas pero inteligentes” y “solo lindas”.

“Hay muchas chicas que por ser lindas hacen notas de color móviles, pero cuando les pasa el momento de gloria no se sostienen porque no tienen una base periodística. La imagen es un buen recurso, pero hay que acompañarlo,

sentenció Wais” (Waib, O. Las chicas bellas del periodismo deportivo. Recuperado 13 de diciembre de 2011, de <http://www.infobae.com/notas/nota.php?IdxSeccion=100713%20-%2070k>).

Pero a pesar que Margarita Wais sea una reconocida periodista por su conocimiento en el área, en el motor de búsqueda Google, lo primero que sale al buscar su nombre, son imágenes ‘sexys’ de la periodista. Sigue representando un símbolo sexual, por sus fotos en terno de baño y poses extravagantes.



[Imágenes de margarita wais fox sports](#)



[La bella reportera de Fox Sports Margarita Wais posó con la ...](#)

[depor.pe/.../noticia-todas-posan-pelota- ...](#)

07/07/2011 – La periodista argentina se dejó tomar unas fotitos para el deleite de sus hinchas.

[Margarita Wais la Rubia de Fox Sports - Tarinca!](#)

Fuente: www.google.com Buscar a Margarita Wais, presentadora de Fox Sports

La realidad que se vive en Ecuador, no es distinta, la mujer en su mayoría sigue siendo vista como un símbolo dentro de televisión, pero la situación

empeora cuando se restringe la posibilidad de participación en ciertos formatos de programas, en este caso como los segmentos deportivos.

Para iniciar hablando de las personas que trabajan en la programación televisiva en el Ecuador, la mayoría de talentos en pantalla no son periodistas, sino simplemente presentadores, y con esto no se quiere insinuar que lo hagan mal; pero se ha mal acostumbrado a la sociedad a poner en pantalla a reinas, modelos o personas que han participado en un reality show. Esto a la vez ha marginado a los periodistas que se han preparado para asumir estos puestos.

Al hacer un recorrido en los espacios televisivos, hay una gran presencia del género femenino en los mismos, pero a pesar de eso no sucede lo mismo en los programas deportivos con los que cuentan cada canal, no se hace sentir la presencia de una mujer dentro de ellos, al contrario se tiene a los mismos protagonistas tradicionales de espacios deportivos que han estado por años en estos espacios.

El asunto de quien conforma un segmento deportivo, depende de un factor fundamental, ya que un programa en televisión puede ser una producción del canal o un espacio alquilado al medio.

Sin embargo el análisis se lo ha realizado a los espacios deportivos en la señal de televisión abierta VHF, que por lo general son segmentos que pertenecen al programa de noticias, o son espacios deportivos producidos por el canal.

Lo que se puede observar en los medios ecuatorianos dentro de los programas deportivos, es una posesión notoria del género masculino, ya que son contadas las presentadoras de deportes que se conoce en el medio televisivo, y haciendo un sondeo a los televidentes de la capital en un Centro Comercial, no identifican a ninguna.

Las mujeres que actualmente están participando en periodismo deportivo en televisión son tres, María José Flores (TC televisión), María Giselle Carrillo (Ecuavisa) y Daniela Ojeda (Ecuador TV).

María José Flores en los programas; Primero Barcelona el espacio deportivo en DespierTC, el segmento de deportes en el noticiero del medio día los días viernes; y los domingos la emisión deportiva de las 23H00 junto a Diego Arcos y Jaime Macías.

María José se desempeña como presentadora y reportera en los programas que participa. Tiene 28 años y comenzó su carrera en televisión haciendo farándula.

Se la incluyó en los espacios deportivos, después del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010, donde estuvo haciendo reportajes de entretenimiento y a la vez cuenta ella, que le tocó por cuestiones del canal y no desaprovechó la oportunidad de entrevistar a personajes como el argentino Messi y Diego Forlán.

A raíz de esto María José empieza a interesarse por el periodismo deportivo, y la pasión por su equipo Barcelona, le ha ido abriendo campo para poder

desempeñarse en el ámbito deportivo ya que es presentadora del programa oficial del equipo canario. En sus programas presenta notas y reportajes de la información que genera el mundo de los deportes, y a pesar que la mayoría de programas que conduce son de género informativo, siempre que hay oportunidad busca aportar con nueva cosas y dar opiniones objetivas.

María José sigue poniendo mucho empeño en esta difícil carrera y ha hecho bien su trabajo, tanto así que obtuvo el título de Dama del Césped 2012 de la empresa Claro Ecuador con la campaña “El Bichito del Fútbol”.

Si se busca en Google a María José Flores, lo primero que despliega la búsqueda son fotos provocativas de la presentadora, nuevamente vista como un símbolo, pero María José ha demostrado que es más que una cara bonita ya que ha realizado un buen trabajo en el área deportiva, Flores confiesa que ha hecho fotos “sensuales” pero cuando está en su trabajo busca ser responsable, profesional y no provocativa.

Web [Imágenes](#) [Places](#) [Noticias](#) [Más](#)

[Imágenes de maria jose flores](#)



[María José Flores modeló la camiseta de Barcelona - TC Mi ...](#)



www.tctelevision.co...
29/09/2012

[Más vídeos de maria jose flores »](#)

Fuente: www.google.com Buscar a María José Flores

Marie Giselle Carrillo es periodista deportiva de profesión, hace menos de un año incursionó en Código Fútbol de Ecuavisa. En el programa presenta reportajes e interactúa con sus compañeros haciendo comentarios y dando sus opiniones en torno a los temas que se hablen.

En el diario “El Popular”, Marie Giselle declaró que el pertenecer a Código Fútbol es el sueño de ella.

A pesar que también se la ha incluido en los espacios de farándula del canal, a la presentadora se la identifica más en la ciudad de Guayaquil donde es producido el programa; en Quito pocos son los que han tenido la oportunidad de verla en acción, debido al horario de transmisión del programa que es a las 12H30 de la noche.



[Mariegiselle Carrill \(Mariegi7\) on Twitter](#)

<https://twitter.com/Mariegi7>

The latest from **Mariegiselle Carrill** (@Mariegi7). PEriodista Deportiva de ECuavisa en el programa ...

[mariegiselle carrillo | Ecuavisa](#)

www.ecuavisa.com/.../mariegiselle-carrill...

Nuestro talento de pantala **Mariegiselle Carrillo** será la encargada de conducir el nuevo programa de.

[Mariegiselle Carillo engalana la portada de revista Estadio ...](#)

Fuente: www.google.com Buscar a Marie Giselle Carrillo

La única representante en televisión de la ciudad de Quito, es la reciente incorporación al equipo de Ecuador TV, Daniela Ojeda.

La joven reportera presenta el segmento de deportes en el noticiero de medio día y también está encargada de hacer reportajes. Su participación es en un espacio de aproximadamente cinco minutos donde solo se limita a presentar notas informativas.

En la ciudad de Quito y la serranía ecuatoriana en sí tiene más equipos de fútbol jugando en el campeonato nacional, en las series A y B; pero se puede evidenciar que se da una mayor cobertura a los deportes desde la región litoral de Ecuador, específicamente en la ciudad de Guayaquil.

Por lo tanto aunque ha sido minoritaria y restringida, la participación de la mujer dentro de un programa deportivo, los pocos nombres de mujeres que se pueden destacar, provienen de la costa ecuatoriana, como María Teresa Guerrero que inició en el programa el Sótano Deportivo, junto a Silvia Ponce, pero siempre fueron la parte 'sexy' del programa no los ejes conductores de la información deportiva, tomando como referencia que las dos conductoras practican deportes.

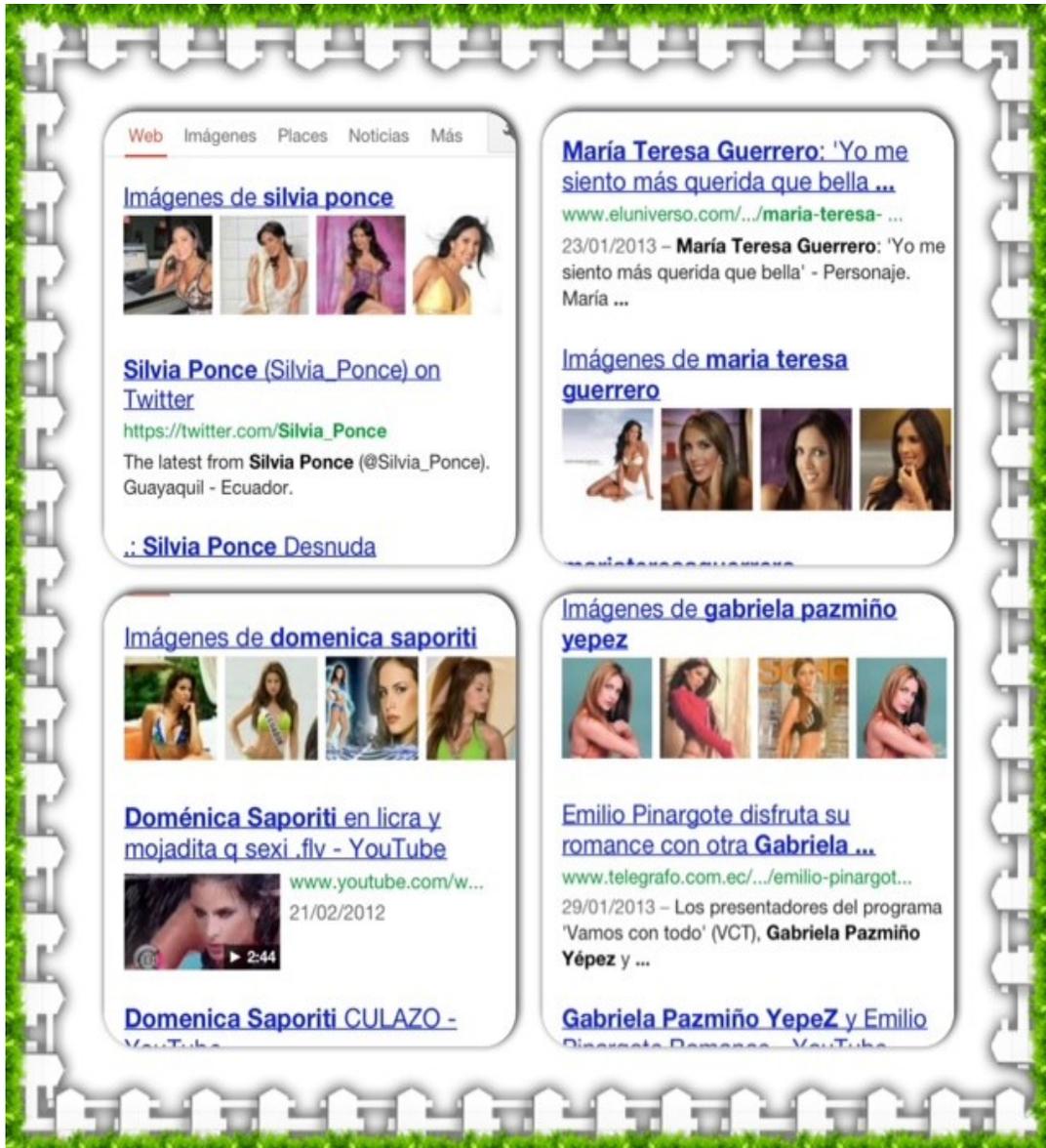
Otro nombre es Doménica Saporitti que incursionó en el programa Copa junto a Vito Muñoz, su papel era presentar pequeñas notas del deporte como tenis o las próximas fechas de partidos, pero no emitía opiniones ni comentarios como la hacían sus compañeros; pero no se puede juzgar este hecho sin conocer la línea editorial y dirección del programa y el canal.

Una de las periodistas de profesión más destacadas en el ámbito deportivo es Gabriela Pazmiño Yépez, quien actualmente está haciendo farándula.

Una excelente profesional y con amplio conocimiento en el área, aportaba en los partidos de fútbol en las transmisiones que hacía su canal como borde de campo, realizaba muy buenos reportajes y conocía ampliamente el tema, sin embargo a pesar de su buen trabajo, pocas veces se le dio la oportunidad de conducir un programa deportivo; y cuando el canal la llevó al último mundial de fútbol, sus compañeros no le brindaron mayor participación.

Ahora abandonó el ámbito deportivo porque se le ha dado la oportunidad de conducir un programa de espectáculo, en el cual tiene más participación al ser anchor del mismo.

Todas estas bellas mujeres que han incursionado en programas de deportes en la pantalla ecuatoriana, se las sigue viendo más por su aspecto físico que por su conocimiento, ya que no todas han demostrado saber del tema cuando tuvieron la oportunidad de hacerlo; y a otras que sí se han interesado por progresar en el periodismo deportivo, simplemente no se les ha brindado la oportunidad.



Fuente: www.google.com . Buscar a: Silvia Ponce, María Teresa Guerrero, Gabriela Pazmiño

Yépez y Doménica Saporiti

A pesar que se ha podido observar no mayoritariamente, pero sí más participación de mujeres haciendo un buen trabajo de periodismo deportivo en radio, prensa escrita y páginas web; en el medio televisivo sigue existiendo una restricción o falta de valoración del talento que tiene y puede aportar una representante femenina en un programa de contenido deportivo.

Además de la conducción y reporterismo de un programa deportivo, a la mujer también se la puede incluir como, editora, directora y más roles en los que tampoco se la ha tomado en cuenta.

Nacional e internacionalmente cuando se busca información de las protagonistas que han participado en el campo deportivo, lo que se encuentra son contenidos reconociéndolas por su belleza y no por su profesión, lo que demuestra que la mujer sigue siendo vista como un símbolo sexual en esta sociedad.

Capítulo III

3.0 Metodología de investigación

La percepción de la situación actual de lo que sucede en el Ecuador es necesaria para poder plantear la mejor propuesta de inclusión femenina en un programa deportivo de televisión. Para ello, es preciso hacer una selección de muestra, aplicar entrevistas, encuestas, hacer un sondeo, y con esta información encontrar los hallazgos que determinarán determine si la gente acepta la participación de las mujeres en un programa deportivo.

En la entrevista, periodistas de amplia trayectoria en el ámbito del deporte opinan sobre la intervención y el auge que está tomando la incursión del género femenino en esta carrera que históricamente siempre ha sido copada por el género masculino.

Hoy en día ya se puede ver a varias mujeres que hacen de esta carrera su trabajo diario para salir adelante y ser reconocida en este ámbito.

3.1 Elaboración de los instrumentos de investigación

3.1.1 Entrevista

La entrevista es parte del enfoque cuantitativo, es una de las técnicas más utilizadas.

Se basa en un diálogo entablado entre dos o más personas; entrevistadores y entrevistados con un fin investigativo; tiene como finalidad la obtención de información.

La entrevista periodística se distingue fundamentalmente por tres factores:

- Un evidente interés hacia la persona entrevistada
- Pericia en el manejo de la técnica de pregunta y respuesta
- Voluntad manifiesta de difundir el resultado en un medio de comunicación

3.1.1.1 Perfiles de entrevistados

Un perfil de una persona entrevistada, es un pequeño resumen que cuenta la actividad que el entrevistado desempeña.

Para esta investigación se utiliza un muestreo no probabilístico, ya que los entrevistados han sido seleccionados a juicio del realizador.

El tipo de entrevistas que se utilizará en esta investigación es una entrevista abierta ya que se considera que cada conversación con los entrevistados puede generar distintos tipos de preguntas, pero esto no implica desviarse del tema central.

Carlos Luis Lozano

El Licenciado en Comunicación Social, posee un destacado curriculum; comenzó su carrera muy joven en Cable Deportes y se ha destacado en diferentes radios del país. Fue director de deportes en Ecuavisa y su más reciente trabajo es como Director de Comunicación en el Ministerio de Deportes.

Robin Noboa

Robin supo que él quería ser un periodista deportivo desde que era niño, siempre lo supo así comenta mientras recuerda que cuando de niño veía los partidos le bajaba el volumen y el mismo se ponía a narrar. Comenzó su carrera desde que aún estudiaba en la Universidad, actualmente lleva trabajando ya 8 años en Ecuavisa como reportero de deportes, además es Director de la Radio Rumba Deportiva, y participa en programas deportivos de la misma radio.

Julia Guerra

Julia estudió periodismo con la ilusión de ser una periodista deportiva, sin embargo actualmente se encuentra trabajando en el área de cultura del Diario la Hora.

Tiene 24 años y desea hacer un posgrado de periodismo deportivo en el país para buscar nuevas oportunidades y poder desenvolverse en el área deportiva.

Se acaba de graduar por lo cual nos comenta su experiencia como estudiante y la realidad que enfrenta ahora que está aplicando su carrera a pesar que no sea su área.

Angélica Camacho

Presentadora de deportes de origen colombiano. Trabaja para el canal RCN en el programa Fuera de Lugar, es más conocida como La Hinchada debido a que su trabajo se enfoca más con las barras de los distintos equipos de fútbol. Ella no es periodista, sus estudios son de Comercio Exterior, además es modelo, herramienta que le sirvió para darse a conocer y hoy ocupar el puesto que tiene.

María José Flores

Tecnóloga en periodismo, trabaja en TC televisión. Inició su carrera a los 17 años en programas juveniles en la señal de UHF, su apogeo en la carrera fue haciendo farándula y desde el 2010 incursionó en el periodismo deportivo gracias a sus aportes realizados en el mundial de Sudáfrica 2010.

María José siempre tuvo una inclinación por los deportes en especial por el fútbol y su equipo Barcelona del cual es hinchita a muerte desde muy niña, ya que su padre era jefe de una de las barras bravas del mismo.

Actualmente es la única mujer en televisión abierta VHF del Ecuador, que participa en programas deportivos como presentadora y reportera. Fue elegida como la 'Dama del Césped' 2012.

Fernando Guerrero

Jugador de fútbol ecuatoriano tiene 23 años, actualmente pertenece al Independiente del Valle José Terán, pero inició su carrera desde muy pequeño siendo el único ecuatoriano en pertenecer al equipo español Real Madrid; formó parte de los quipos menores y jugó en el segundo equipo. Participó en el mundial sub 17 con Ecuador y a sus 18 años fue contratado para jugar en primera en Emelec de Ecuador, ha jugado

además en el Burling de Inglaterra y en partidos amistosos con la selección mayor del país.

Erick Valencia

Jugador del Club Sport Emelec, es un joven que poco a poco se está ganando un puesto en la plantilla titular del equipo porteño. Su posición es de Lateral Izquierdo.

3.1.1.2 Entrevistas

El tipo de entrevistas que se utilizó en esta investigación es una entrevista abierta ya que se considera que de cada conversación con los distintos entrevistados se pueden generar distintos tipos de preguntas, a pesar que todas vayan enfocadas al mismo tema.

Básicamente se preguntó a los entrevistados, sobre su opinión al ver una mujer participando en el área de periodismo deportivo y si creían que existe machismo dentro de los medios, además de la acogida que tendría una mujer participando en un programa de periodismo deportivo.

Las preguntas aplicadas fueron las siguientes:

Periodistas

¿Qué es para usted el periodismo deportivo?

¿Cree que existe discriminación hacia las mujeres en el periodismo deportivo?

¿Le daría oportunidad a una mujer en su programa deportivo?

¿Qué es lo más importante para que una mujer trabaje en un medio de comunicación como periodista deportiva?

¿Vería un programa deportivo conducido solo por mujeres?

¿Cree que hay oportunidad para la mujer que sea una periodista protagonista en los programas deportivos?

¿Por qué cree que hasta el día de hoy no se ha destacado una mujer narradora o comentarista en los partidos de fútbol?

¿Cree que los televidentes o radioescuchas tendrían la credibilidad para seguir un programa deportivo conducido por el género femenino?

¿Qué consejo le daría a las mujeres que quieren incursionar en el género del periodismo deportivo?

¿Cuál es el problema o el impedimento?

¿Cree que el problema es en Ecuador o a nivel mundial?

¿Cuál considera usted que podría ser la posible solución?

¿Usted se ha sentido limitada al no poderse desempeñar como periodista deportiva?

¿Qué opina del contenido de los programas deportivos en el Ecuador?

¿Por qué eligió el medio deportivo?

¿Qué tanto sabe del género deportivo?

¿Han sobrepuesto su belleza ante sus conocimientos?

¿Crees que dejas ver la pasión por tu equipo cuando das una información deportiva?

Deportistas

¿Qué representa para usted el fútbol?

¿Por qué considera que el futbol tiene más acogida que otros deportes?

¿Qué opinión tiene sobre los periodistas deportivos en el país?

¿Qué credibilidad les da a los programas deportivos?

¿Qué piensa sobre el trabajo de una periodista deportiva mujer?

¿Por qué cree que no hay muchas periodistas deportivas mujeres?

¿Cómo futbolista que cree que les hace falta a los programas deportivos?

¿Qué acogida le daría a un programa deportivo conducido solo por mujeres?

3.1.1.3 Sistematización de las entrevistas

	¿Importante para estar en televisión?	¿Existe Discriminación a la mujer que hace periodismo deportivo?	¿Cuál es el Problema?	¿Aceptación de un programa deportivo conducido por mujeres?
Carlos Luis Lozano	Rating, físico, conocimiento; todos los atributos combinados	Sí por la idiosincrasia del ser humano	Falta de talento	Sí, si es que tiene buen contenido
Robin Noboa	Experiencia y preparación	No cree que exista	Falta de oportunidades, falta de interés	Sí depende del enfoque y preparación
Julia Guerra	Preparación y profesionalismo	No existe, pero sí hay trabas sociales	Trabas sociales e ideas erróneas de la capacidad de la mujeres	Sí, si es que se lo hace con profesionalismo y se demuestra las capacidades
Angélica Camacho	Profesionalismo y carisma	Sí existe, muchas veces lo ha sentido, incluso por otras mujeres	Los medios no dan suficientes oportunidades y machismo	Sí, ella conduce uno junto con dos chicas más siempre tienen un deportista como invitado

	¿Importante para estar en televisión?	¿Existe Discriminación a la mujer que hace p. deportivo?	¿Cuál es el Problema?	¿Aceptación de un Programa conducido por mujeres?
María José Flores	Físico, experiencia, rating	No discriminación, pero sí machismo y falta de costumbre por parte de la sociedad	Políticas de cada medio, es difícil ganarse un puesto en televisión	Sí porque hay mucho talento y capacidad
Fernando Guerrero	-----	No habla de discriminación, pero cree que las mujeres que ha visto no hacen un buen p. deportivo	Falta de interés e identificación hacia los deportes, y las que ha visto solo repiten lo que dicen otros periodistas hombres	Lo vería depende de su contenido y profesionalismo. Los programas deportivos para él necesitan más análisis y comentarios.
Erick Valencia	-----	No habla de discriminación, le parece novedoso y de buena iniciativa que lo hagan	El machismo porque se cree que solo los hombres pueden hacerlo	Atractivo fuera de lo normal, una buena idea.

La mayoría de entrevistados coinciden en torno a este tema, donde opinan que se está en un medio en donde el machismo no ha sido roto por

completo, a veces por la culpa de las mismas mujeres, aquellas que no se dan su lugar ni demuestran su inteligencia y que merecen respeto en todos los ámbitos de la sociedad.

Sin embargo no solo ha sido cuestión de los medios sino también del público que es el que da el rating y la sociedad en sí, que aún no están acostumbrados a ver a la mujer haciendo periodismo deportivo.

Comentan que el público prefiere alguien con experiencia y el medio alguien quien produzca altos niveles de audiencia, pero recalcan que el físico si es un complemento para estar en el medio televisivo.

Además si se le daría aceptación a un programa deportivo con participación femenina femenino, siempre y cuando las mujeres estén preparadas y sean coherentes con los distintos temas.

Pero el problema no puede ser solo cuestión del medio, sino también el interés que las mujeres periodistas tienen en participar en un programa deportivo.

En un sondeo realizado a estudiantes de Comunicación Social y Periodismo en universidades de la capital que cuentan con estas carreras, las mujeres en su gran mayoría no tienen preferencia por el género a trabajar a futuro, pues piensan que una buena periodista debe conocer todas las áreas y géneros que involucran a la profesión que escogieron y regirse al puesto que designe el medio en el que puedan trabajar.

Sin embargo a otras estudiantes sí les entusiasma la idea de trabajar en periodismo deportivo y el resto no descarta la idea.

Por lo que se puede concluir en este pequeño sondeo que alguien que estudia periodismo espera retos para los cuales se están preparando ya sea para trabajar como periodista deportiva o en cualquier otra rama.

3.2 Encuesta

Una encuesta es una técnica con preguntas destinadas a obtener información sobre la opinión de un sector de la población acerca de un tema; se utiliza para obtener información relevante.

Técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

Ventajas:

- Técnica más utilizada y que permite obtener información de cualquier tipo de población.
- Permite obtener información sobre hechos pasados de los encuestados.
- Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.
- Relativamente barata para la información que se obtiene con ello.

Para las encuestas se determinó una población y se identificó una muestra a través de una fórmula estadística; se utilizó todas las herramientas de la investigación como son: investigar, dialogar y documentar.

3.2.1 Estimación de parámetro

La población a estudiar está ubicada en la provincia de Pichincha en el cantón Quito.

Las encuestas fueron realizadas en el sector del norte de la capital ecuatoriana, la población fue seleccionada aleatoria y equitativamente entre hombres y mujeres.

3.2.1.1 Universo

La población con la que se trabajó en este análisis son los mayores de 18 años entre hombres y mujeres, en la ciudad de Quito.

La selección de este tipo de población es porque son mayores de edad como rige en la actual constitución, tienen más responsabilidades, como la obligación al voto electoral; y además poseen un criterio más formado sobre los distintos aspectos de la sociedad.

También a esta edad, ya se está más conectado con lo que sucede en el país ya que comienzan a tomar un mayor interés por la información, a través de los diferentes medios de comunicación.

En Quito existen 2'239 191 donde el 83,5% de esta población poseen cédula de mayor de edad, esto representa que 1. 869 724 son mayores de edad.

La encuesta arrojará resultados a para comprobar la aceptación de un programa deportivo conducido con un papel protagónico del género femenino.

3.2.2 Muestra

$$n = N \sum 2N - 1 + 1$$

$$n = 18697240.521869724 - 1 + 1$$

$$n = 18697240.25 \ 1869723 + 1$$

$$n = 1869724467430.75 + 1$$

$$n = 1869724467431.75$$

$$n = 3.99 \times 100$$

n=400

3.2.3 Modelo de la encuesta a aplicar

ENCUESTA

1. **¿LE GUSTAN LOS DEPORTES?**

SI NO

2. **¿LEE ESCUCHA U OBSERVA PROGRAMAS DEPORTIVOS?**

SI NO

3. **¿CUÁL MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFIERE PARA INFORMARSE DE LOS DEPORTES?**

PRENSA ESCRITA TELEVISIÓN RADIO INTERNET

TODAS LAS ANTERIORES

4. **¿TENDRÍA CREDIBILIDAD A UNA INFORMACIÓN DEPORTIVA REALIZADA POR MUJERES. SI SU RESPUESTA ES NO EXPLIQUE EL POR QUÉ?**

SI NO

5. **¿CUÁL CREE QUE ES EL FACTOR FUNDAMENTAL PARA QUE UNA MUJER TRABAJE EN EL SEGMENTO DEPORTIVO DE UN MEDIO TELEVISIVO?**

INTELIGENCIA

FÍSICO

EXPERIENCIA

6. **¿CREE QUE EXISTE DISCRIMINACIÓN AL GÉNERO FEMENINO EN EL ÁMBITO DE PERIODISMO DEPORTIVO?**

SI NO

7. **¿CUÁL CREE QUE SERÍA LA PRINCIPAL CAUSA DE DISCRIMINACIÓN AL GÉNERO FEMENINO EN EL PERIODISMO DEPORTIVO?**

- FALTA DE CONOCIMIENTO
- NO TIENE UN FÍSICO ADECUADO
- MACHISMO
- OTROS (EXPLIQUE CUÁLES)

.....

8. **¿CREE QUE DEBERÍAN EXISTIR CAMBIOS EN LA PROGRAMACIÓN DE DEPORTES?**

SI NO

9. **¿QUÉ LES HACE FALTA A LOS PROGRAMA DEPORTIVOS?**

INFORMACIÓN

ENTREVISTAS

NUEVOS PERIODISTAS

HUMOR

TODAS LAS ANTERIORES

10. **¿LE AGRADARÍA UN PROGRAMA DEPORTIVO REALIZADO SOLO POR MUJERES EN SU MEDIO DE PREFERENCIA?**

SI NO

3.2.3.1 Tabulación de la encuesta

Pregunta 1

¿Le gustan los deportes?

De un total de 400 personas encuestadas, a un 90%, es decir a 360 personas, si les gusta el fútbol; mientras a un 10%, que representa 40 personas, no les agrada este deporte.

Ecuador es un país con pasión futbolera y más a raíz de la participación en mundiales, por lo cual la mayoría de la población siente afición a este deporte.

Pregunta 2

¿Lee, escucha u observa programas deportivos?

La mayoría de los encuestados, 380 personas, leen, escuchan y observan programas deportivos, y tan solo 20 personas no son partícipes de la información deportiva.

Los segmentos deportivos en los medios de comunicación han aumentado, gracias a la demanda del público, incluso hay páginas web especializadas solo en deporte. Los aficionados al deporte, buscan informarse por distintos medios de comunicación sobre los últimos acontecimientos deportivos.

Sin embargo hay personas que no se sienten atraídas por los deportes.

Pregunta 3

¿Cuál medio de comunicación prefiere para informarse de los deportes?

Un total de 160 personas prefieren informarse por prensa escrita, radio y tv, sobre los temas deportivos. Mientras que a 108 personas de las encuestadas prefieren informarse solo por la televisión, 60 personas se informan por prensa escrita y 72 personas prefieren la radio para información deportiva.

Las personas que les gusta el deporte se informan por varios medios de comunicación, sin embargo depende el lugar en el que se esté, o los hábitos de la gente para discernir en ocasiones un medio de comunicación en específico.

Pregunta 4

¿Tendría credibilidad a una información deportiva realizada por mujeres? Si su respuesta en No, explique el por qué

De las 400 personas encuestadas 340 respondieron que si darían credibilidad a una información deportiva transmitida por mujeres, mientras 60 personas no le darían credibilidad.

Una de las razones añadidas al no, es señalando que el fútbol solo es para hombres.

Lamentablemente seguimos viviendo en una sociedad machista, que a pesar de decir q no lo es y que si acepta a la mujer en todos los campos laborales, aún no ha sido demostrado en su totalidad, y existen otros que simplemente

no aceptan la participación femenina como es en este caso en el periodismo deportivo.

Pregunta 5

¿Cuál cree que es el factor fundamental para que una mujer trabaje en el segmento deportivo de un medio televisivo?

La inteligencia, la experiencia y una buena presencia física son los complementos que las personas consideran que una mujer necesita para presentar un programa deportivo en televisión.

El 40% es decir 160 personas piensan que es necesaria la experiencia, 140 personas piensan que es el físico y tan solo 100 personas piensan que es necesaria la inteligencia.

La experiencia es necesaria para ocupar un puesto de trabajo, pero se complementa de la inteligencia y la belleza y más si es en televisión

Pregunta 6

¿Cree que existe discriminación al género femenino en el ámbito de periodismo deportivo?

El 85% de los encuestados, 340 personas, piensan que si existe discriminación a la mujer en el periodismo deportivo, mientras 60 personas consideran que no lo hay.

Por lo que se ha hecho evidente en la televisión ecuatoriana, al no tener una representante femenina destacada en el periodismo deportivo, las personas creen que principalmente es porque existe discriminación a la mujer que quiere participar en este género del periodismo.

Pregunta 7

¿Cuál cree que sería la principal causa de discriminación al género femenino en el periodismo deportivo?

El 67% de los encuestados, 268 habitantes de Quito, expresan que vivimos en una sociedad machista la cuál sería la principal causa para la discriminación de las mujeres en el género deportivo, pero 112 personas opinan que es por falta de conocimiento del tema.

Un total de 12 personas agregan que es cuestión del físico y 8 personas piensan que son otros factores.

El machismo es la principal causa para que existan estas trabas sociales, que hasta el día de hoy no han permitido desarrollarse a la mujer en el periodismo deportivo.

Pregunta 8

¿Cree que deberían existir cambios en la programación de deportes?

Un total de 288 personas piensan que si debe existir un cambio en la programación deportiva a la que estamos acostumbrados, mientras 112 personas piensan que no debe existir un cambio.

La televisión ecuatoriana en lo que respecta los programas deportivos, sigue compuesta por los mismos presentadores y periodistas de todos los tiempos, además los programas son tradicionalistas, hay pocos en los cuales se puede verter opiniones.

Pregunta 9

¿Qué les hace falta a los programas deportivos?

La opinión en cuanto a esta pregunta, está muy dividida ya que 80 personas piensan que hacen falta nuevos periodistas, 80 personas opinan que son las entrevistas, 80 personas creen que falta información.

Un total de 112 personas cree que les gustaría más humor en un programa deportivo y 48 personas piensas que hace falta todas las anteriores.

A los programas deportivos en la televisión ecuatoriana, les hace falta de todo un poco, como; contenidos, nuevos periodistas, humor, más información, el poder interactuar con el televidente.

Pregunta 10

¿Le agradecería un programa deportivo realizado solo por mujeres en su medio de preferencia?

A 384 personas les gustaría que haya un programa deportivo con papel protagónico femenino, y a la minoría de 16 personas no les gustaría que exista este tipo de programa.

Ya es hora de dar oportunidad a las mujeres que quieren participar en el periodismo deportivo, tratándoles como profesionales capaces de aportar el mismo conocimiento que puede generar un hombre.

3.2.3.2 Hallazgos de las encuestas

La mayoría de las personas que fueron encuestadas, leen, escuchan y observan programas deportivos, añadiendo que existe discriminación de la participación femenina por la culpa del machismo.

Sin embargo la mayoría aceptaría un programa de deportes conducido por mujeres, siempre y cuando sea algo entretenido, porque ya están cansados de los mismos periodistas y de que la programación sea solo informativa.

3.3 Hallazgos de la investigación

Después de la aplicación y tabulación de las encuestas quedó la duda del por qué si los encuestados de Quito dicen aceptar que una mujer conduzca un programa deportivo en televisión, no se ha visto reflejado en la historia de los segmentos deportivos transmitidos en el Ecuador.

Los entrevistados dicen que no existen las suficientes oportunidades, pero que sí hay talento; y tomando en cuenta que existen apenas tres participantes del género femenino en el Ecuador incursionando actualmente en el medio televisivo, dos en la costa y una en la sierra; se hizo un análisis posterior en esta investigación.

Las dos representantes de Guayaquil en los espacios que pueden interactuar, comentar y opinar junto a sus compañeros, son transmitidos pasada la media noche, horario que puede funcionar en la región litoral, pero no funciona en la región andina.

La representante de Quito solo tiene cinco minutos de participación en el segmento de deportes del noticiero del medio día, en un canal que recién comienza.

Las mujeres que han participado en televisión haciendo periodismo deportivo, siguen siendo vistas por su físico ante su conocimiento y esto sucede nacional e internacionalmente.

Después de las dudas que generaron las encuestas, al preguntarse si en verdad la ciudad de Quito está o no preparada para ver a una mujer como protagonista de un programa deportivo y después del análisis posterior que se realizó, se acudió a un informante calificado, Marcelo Lema, periodista deportivo; quien dio su punto de vista ante los hallazgos encontrados en la investigación.

Comenta que a pesar que existan más equipos de fútbol en la Sierra que en la Costa; la idiosincrasia que la gente costeña es diferente en varios aspectos, y en lo que respecta al fútbol, la afición y pasión es mayor en el litoral, pero a su manera de ver las mujeres que han incursionado en periodismo deportivo no han demostrado el suficiente conocimiento para permanecer en esta profesión.

En sus experiencias de varias coberturas sigue viendo que las representantes femeninas se siguen limitando a meter el micrófono a las preguntas que los hombres hacen.

Pero debido a la afición por el deporte que existe en la costa han existido más oportunidades para que una mujer pertenezca a un programa deportivo.

En conclusión a las entrevistas, encuestas y al último análisis; el público de Quito estaría preparado para ver a una mujer participando en un programa deportivo, sin embargo para los canales de televisión abierta, todavía no es una razón de peso, por lo cual no producen programas deportivos desde la capital con inclusión femenina, independientemente que en la encuesta se haya dicho que si se aceptaría, los canales de televisión abierta, no han brindado las suficientes oportunidades para que esto se realice, tal como se ha evidenciado en el transcurso de los años en los programas deportivos de televisión ecuatoriana en señal abierta, hechos desde Quito.

Pero la participación femenina en un programa deportivo, no puede y no debe solo limitarse a la presentación del mismo; como se ha repetido en la investigación ya que hay otras áreas que conforman la realización del programa.

A continuación un modelo de inclusión del género femenino en la elaboración de un programa deportivo.

Capítulo IV

4.0 Propuesta de estructuración de un programa de periodismo deportivo televisivo, con incursión del género femenino en la ciudad de Quito.

El público es una compleja mezcla de grupos con diversos rasgos culturales, étnicos, religiosos y económicos, cuyos intereses a veces coinciden y otras no, por lo cual es necesario saber cómo apelar a las emociones de la audiencia.

En la antigüedad solo tenía validez la opinión de quien tenía poder político y económico y se limitaba a la palabra del género masculino, la mujer no tenía voz ni voto.

Después de la revolución liberal es que la palabra de la mujer fue escuchada, sin embargo en ciertas culturas aún sigue sin tener influencia la opinión femenina.

Pero tanto hombres como mujeres forman un solo grupo, un solo público que hoy en día tiene voz e influencia directa en la sociedad.

La opinión pública es la preferencia o tendencia que este público puede tener con respecto a cualquier tema; por ejemplo en el ámbito político es fundamental porque está relacionado directamente con la democracia.

Además genera una influencia directa sobre los medios de comunicación, ya que del público depende la sintonía de cada programación transmitida, pero esto también es viceversa, ya que igualmente los medios de comunicación tienen una influencia muy marcada en la opinión pública. Los medios de comunicación son responsables de crear una conciencia individual y colectiva dentro del público.

Es por eso la importancia y responsabilidad que tiene cada medio en transmitir una información eficaz y cálida que entretenga, informe y eduque a las personas, sin crear discriminación ni preferencia en participación de género en sus contenidos.

4.1 Propuesta de Incursión

Esta es una propuesta aplicable para el medio televisivo en la ciudad de Quito.

Como se concluyó en la investigación de campo, la ciudad de Quito aún no está preparada para ver a una mujer conduciendo programas de periodismo deportivo, pero esto se debe a que los medios no les han dado las suficientes oportunidades para poder desarrollarse y demostrar su talento.

Además concluimos que no solo en la conducción se puede involucrar a la mujer con la elaboración de un programa deportivo, ya que se la puede involucrar en otras áreas que conllevan la realización del mismo.

La propuesta busca que se considere un cambio en la estructura de los programas deportivos actuales, para que permitan la inclusión del género femenino en lo que puede conformar las distintas áreas de producción de un espacio de deportes en televisión.

Principalmente en el área de conducción de los programas, se plantea la participación de la mujer, en el que demuestre que es capaz de dirigir un segmento deportivo, además de emitir opiniones, comentarios y sugerencias en torno a todo lo que representa el mundo del deporte.

Lo que se plantea es cambiar la estructura en el área de deportes dentro de los medios de comunicación que actualmente está formado por una mayoría masculina.

Con la paulatina inserción de la mujer en la conducción de programas deportivos, se va a dar oportunidad a las periodistas femeninas que les gusta dicho género, en el cual no han podido desarrollarse por los motivos ya detallados anteriormente, su posible inclusión es sin que se afecte el rating de un programa ya establecido, pero también se plantea un formato de elaboración en el caso que se pueda producir un nuevo programa de deportes.

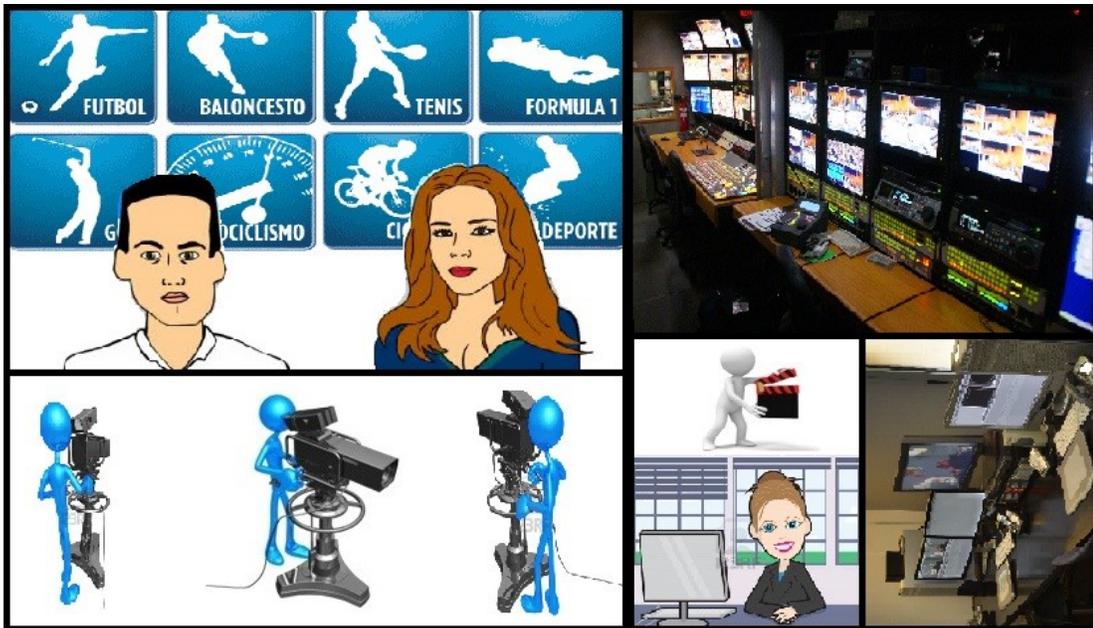
Así mismo se puede asegurar que la mujer tendría una gran oportunidad en distintas áreas que van desde la producción del mismo hasta reporterismo, edición y dirección.

El formato de este programa es aplicable para televisión y también se lo podría implementar en radio, ya que si bien existen más representantes del género femenino en el medio radial; también está claro que esto es en el área de reporterismo, porque incluso en la conducción de un programa radial al igual que televisión, sigue siendo el hombre el protagonista del mismo.

Cabe aclarar que esta propuesta no rechaza al género masculino en formar parte de un programa deportivo, simplemente busca la inclusión de ambos géneros para la realización de los espacios deportivos.

4.2 Modelo de Estructura de un Programa Deportivo

Esta estructura ha sido tomada como referencia, después de realizar una observación de la organización de programas de televisión de algunos canales de la televisión ecuatoriana.



Con el planteamiento de este modelo se intenta sugerir en cuales áreas que implican la elaboración de un programa deportivo puede participar una mujer, sin embargo no se busca incluir solo por su género, sino porque sea una persona preparada y tenga el conocimiento adecuado para poder realizar sus funciones en el posible puesto de la mejor manera.

La siguiente es una propuesta y sugerencia de inclusión del género femenino en la realización de un programa deportivo, pero no hay que olvidar que la estructura de cada programa depende de cada medio y sus directivos, sí es que es producida por el canal o sí el espacio es comprado.

Las vacantes de trabajo para esta propuesta, dependen del nivel de preparación que exista, ya que es una sugerencia que posiblemente se pueda incluir, pero en el caso que no existan suficientes personas de cada género, se toma en cuenta a las personas de acuerdo a sus conocimientos sin importar si son todos hombres o mujeres.

4.2.1 Equipo Humano para la Producción de un Programa

Esta es la estructura de un programa deportivo televisivo producido en la ciudad de Quito, se ha tomado en cuenta el esquema de los programas de deportes realizados en la señal de VH, después de una observación hecha en los distintos canales se plasma la siguiente estructura que también será utilizada para la propuesta del programa planteado en esta tesis.

Con esta estructura se busca los perfiles de profesionales para conformar el equipo humano que conlleva la elaboración de un programa de contenido deportivo.

Perfiles requeridos

Operadores de Cámaras:

Profesional en manejo de cámaras, personas versátil, ágil y dinámica, mínimo un año de experiencia, necesita conocer y seguir guiones técnicos, saber ejecutar distintas tomas y planos en la cámara.

Técnicos de Sonido:

Profesionales en sonido que sepa operar sistema de micrófonos y programas de audio, responsables de captar el sonido y controlar la calidad del volumen. Mínimo un año de experiencia.

Sistema de grabación de imagen y sonido VTR:

VTR profesional que controle que la grabación de la imagen y el sonido se esté grabando con normalidad. Persona que sepa operar equipos y controles de videos. Dos años de experiencia como mínimo.

Editores de Video:

Profesionales que trabajen en las mesas de edición, experiencia mínima de 6 meses, conocimientos en programas de audio y video como Adobe Premiere, final cut, Adobe Audition y Protools.

Director:

Profesional en producción de televisión o periodista de preferencia deportivo con cinco años de experiencia mínimo en el campo laboral, persona encargada de dirigir el programa y controlar a todas las áreas que lo conforman.

Regidor:

Persona encargada para la comunicación entre las personas que están en el estudio y las que están en el control. Profesional o estudiante de últimos años de producción audiovisual que sepa operar cámaras y controles de audio y video. Experiencia mínima 6 meses.

Guionista:

Persona encargada de organizar los contenidos de un programa deportivo. Se requiere que sepa escribir guiones para televisión. Profesional en producción audiovisual o periodismo con dos años de experiencia.

Presentadores:

Profesionales en periodismo o comunicación social, con buen manejo escénico, extrovertidos, fluidez verbal y clara pronunciación de las palabras, de preferencia con conocimiento y gusto por el ámbito deportivo. Mínimo 6 meses de experiencia.

Reporteros:

Profesionales en periodismo o comunicación social, extrovertidos, fluidez verbal y clara pronunciación de las palabras, de preferencia con conocimiento y gusto por el ámbito deportivo. Mínimo 6 meses de experiencia.

Publicista:

Profesional en publicidad, con experiencia en medios de comunicación mínimo un año, buen negociador que sepa vender publicidad para programa de televisión.

Como se puede observar para ningún puesto se requiere específicamente un género, lo importante es la preparación y desenvolvimiento.

4.3 Propuesta de un programa deportivo con inclusión femenina

Programa deportivo con inclusión femenina, dirigido al público ecuatoriano.

Esta propuesta plantea crear un nuevo programa deportivo con una estructura diferente dirigida al público, con la participación del género femenino en el periodismo deportivo.

Busca cambiar la cotidianeidad de los programas deportivos que actualmente existen en el país, y hacer ver a la mujer como una profesional por su capacidad y conocimiento, y no como un objeto sensual dentro del programa.

Se espera poder ejecutarlo y así generar fuentes de empleo y crecimiento laboral y económico para las mujeres que les gusta el periodismo deportivo y para quienes deseen participar en toda la producción que conlleva hacer un programa con contenido de deportes.

Perseguirá la aceptación y gusto de la audiencia al ver mujeres preparadas para conducir objetivamente programas deportivos, además

de un nuevo formato más amplio donde no solo se hable de fútbol sino de todo el mundo de los deportes.

En cuanto al nombre del programa será característico a los deportes, y a pesar que plantee participación femenina en el nombre del mismo, en ninguna parte que conforma el programa, existirá discriminación a ningún género.

El nombre del programa será Afición Deportiva, el porqué de este nombre es debido a que todas las personas que les gusta el deporte se los considera hinchas, aficionados sin exclusión de género simplemente son seres humanos hombres y mujeres que les gusta los deportes.

No se utilizará telepronter en el programa porque los presentadores van a interactuar hablando de los distintos temas; creando diálogos, opiniones y comentarios sobre los mismos.

Para el análisis dentro del programa se pueden apoyar de periódicos y páginas web deportivas, pero la improvisación de los conductores y su conocimiento será lo más importante.

Los programas serán grabados en vivo y se receptorán llamadas de los televidentes y radioescuchas que también quieran opinar de los distintos temas.

4.3.1 Datos Informativos del Programa

Nombre:

- “Afición Deportiva”

Creadora:

- Valeria Ochoa

Año:

- 2013

Formato del programa:

- Deportivo

Equipo Humano para el programa “Afición Deportiva”:

- Presentadores: dos presentadoras mujeres.
- Reporteros: dos reporteros, una mujer y un hombre.
- Director: una mujer.
- Camarógrafos: tres hombres.

- Guionista: un hombre
- Regidor: un hombre
- Editores de video: los mismos reporteros, cada reportero va a editar sus notas.
- Sonidista: hombre.
- VTR: hombre
- Publicista: un hombre
- Estilista: mujer

Géneros a tratar:

- Noticias
- Perfiles
- Reportajes
- Opinión

Tipo de Deportes:

- Fútbol

- Basket
- Tennis
- Natación
- Deportes Extremos

Horario:

De Lunes a Viernes por 60 minutos horario nocturno.

4.3.2 Justificación

Bajo las circunstancias ya antes analizadas de la poca participación que se les brinda a las mujeres en el periodismo deportivo, no solo en el ámbito nacional, sino también en el internacional, la propuesta es implementar un programa deportivo con el papel protagónico de mujeres dentro de su staff y además en la estructura que conforma la creación de un programa en este caso de contenido deportivo.

Con el programa poco a poco se cambiará la percepción de los televidentes acostumbrados a ver como protagonistas de programas deportivos a los hombres.

En la historia de los medios televisivos ya ha existido la participación de mujeres en los programas deportivos, pero no han tenido mucho éxito ni acogida por parte del público, además se ha dejado ver la falta de conocimiento e interés por el tema deportivo.

Por lo tanto esta propuesta plantea la inclusión de mujeres que estén preparadas y sientan gusto por trabajar en el área deportiva, para así poder demostrar sus conocimientos dentro de los medios y a la audiencia para que cambien la percepción que tienen de las mismas relacionadas con el periodismo deportivo.

Con la inclusión femenina en la estructura de un programa deportivo se quiere demostrar que la mujer tiene los mismos derechos y capacidades del hombre y que no trabaja en televisión para ser vista como un símbolo por su físico, sino porque también es una persona profesional capaz de asumir grandes retos que se cree que solo están hechos para los hombres.

Este es un formato aplicable para un programa deportivo, así que la factibilidad de aplicación del programa le interesaría a cualquier medio, porque el motivo principal con el que se mueven los medios de comunicación es la publicidad, así que si se tiene los suficientes auspiciantes que apoyen al programa, para un medio es posible añadir un espacio en su programación, o a la vez estructurar sus programas deportivos actuales, haciendo posible la inclusión de mujeres dentro de el mismo.

Los estudiantes que han estudiado comunicación social y periodismo; que se inclinan por el ámbito deportivo tienen la oportunidad de participar en este programa, y más las mujeres que tienen afición por este tema y que hasta hoy no se les ha dado la oportunidad de desenvolverse como periodistas deportivas.

4.3.3 Presupuesto y Publicidad

El presupuesto para la realización del programa “Afición Deportiva”, es de dólares que se justifica con los siguientes rubros.

Sueldos:

Los sueldos están dados en base a la nueva ley de comunicación, en caso de los comunicadores, impuesta a los medios según lo dictaminó la Asamblea Nacional de Ecuador en el 2012.

También están en base a una estimación de quien crea este programa, sin que esto implique infringir la ley del sueldo básico del país ni de los beneficios de ley como lo es la afiliación al seguro social IESS.

Además hay que tener en cuenta que algunas personas que trabajarían en este espacio deportivo solo lo harían máximo dos horas diarias, a pesar que el programa solo tenga una hora.

- Presentadores: dos presentadoras mujeres (\$850.00 c/u, total: \$1,700)
- Reporteros: dos reporteros, una mujer y un hombre (\$810.00 c/u, total: \$1,620)
- Director: una mujer (\$1,000)
- Camarógrafos: tres hombres. (\$500.00)
- Guionista: una mujer (\$810.00)
- Regidor: un hombre (\$500.00)
- Sonidista: hombre. (\$550.00)
- VTR: hombre (\$550.00)
- Publicista: hombre (\$810.00)
- Estilista: mujer (\$318.00)

El total de la nómina mensual que se estima pagar al personal que trabaje en este programa es de \$7,548 dólares americanos.

Varios:

El rubro de varios incluye papelería, material de apoyo como banners, luces, repuestos, movilización entro otros, y se asignará un presupuesto de \$1000.00 dólares mensuales.

Espacio:

Se tiene presupuestado pagar \$3,000 dólares mensuales por un espacio televisivo. Se consideró el valor de canales UHF por alquiler de sus espacios que varían entre \$1,000 y \$1,500 dólares, según lo sugerido por canales como Telesucesos, Canela TV y Canal Uno Internacional.

En señal VHF los precios oscilan desde \$3,000 dólares en adelante dependiendo el horario y convenios en canales como: RTS, Canal Uno y TC televisión.

La aspiración es que el programa sea en televisión abierta en la señal VHF nivel nacional.

Publicidad:

La base de cada comercial en tv serán de \$1,800 dólares que incluye dos menciones con diapositiva en el transcurso del programa, si se desea con comercial animado más una mención con diapositiva el valor

será de \$3,000. Cada mención adicional tendrá el valor de \$300 dólares, este es un valor mensual.

La duración de cada mención será un máximo de 30 segundos y de cada comercial un máximo de 50 segundos.

Cabe resaltar que todo esto depende del espacio televisivo disponible en el canal, la ambición es que la duración del programa sea de una hora.

Como ambición para iniciar, el publicista tendrá la obligación de completar un cupo de \$20,000 dólares mensuales en publicidad para el espacio deportivo.

Total requerido:

Sueldos: \$7,548

Varios: \$1,000

Espacio: \$3,000

Total: \$11,548

Si se tiene como base \$20,000 mensuales en publicidad se generará un saldo a favor de \$8,452, pero hay que tener en cuenta que no todos los meses son iguales, hay meses altos y bajos entonces siempre debe existir un capital que ayude a cubrir los rubros requeridos para cada mes. Además como lo dicta la ley hay que cubrir valores de seguro, décimo tercero y décimo cuarto sueldo.

4.3.4 Plan de mejoras

Tratar de que la idea del programa no solo se lo aplique en televisión, sino buscar implementar en radio y una página web donde continuamente se actualicen las principales noticias deportivas nacionales e internacionales y así seguir generando más participación a las mujeres que les gusta este medio.

Todos estos planes de mejoras siempre buscando que la mujer tenga el papel protagónico como eje de periodismo deportivo.

4.4 Evaluación de Impacto

El impacto que tendría un programa con una adecuada participación de mujeres, causaría una percepción distinta del público y la sociedad sobre las capacidades de las mujeres y ya no mal interpretar el que una mujer opine de deportes, al contrario ver que una mujer puede hacer un periodismo deportivo de buena calidad.

La visión de los televidentes cambiará al evidenciar que un programa deportivo con participación femenina es hecho de buena calidad de información.

Todo esto creará un patrón de cultura diferente en donde los seres humanos aceptarán a las mujeres como grandes periodistas deportivas.

En el aspecto económico será una fuente de ingreso y trabajo para las mujeres que gustan del periodismo deportivo y se sentían relegadas.

Todo periodista sabe al escoger esta profesión que esta es una carrera en la que se va escalando poco a poco y hay que saber desenvolverse y darse a conocer en el medio para seguir escalando.

Pero el principal impacto es la oportunidad de participación e inclusión al género femenino que se genera gracias a este espacio deportivo, y así demostrar que todas las mujeres al igual que los hombres que quieren ser unos profesionales destacados y más en el ámbito del periodismo deportivo, tienen las mismas oportunidades, ya que se ha demostrado que para los puestos que implica la elaboración y estructura de un programa deportivo, se puede trabajar sin importar raza ni sexo.

La mujer dejará de ser vista como un símbolo solo por su belleza, sino pasará a ser vista como una profesional en el ámbito deportivo con la misma capacidad de conocimiento y desenvolvimiento que un hombre.

Validación de Hipótesis, Conclusiones y Recomendaciones

Hipótesis:

Si la investigación a emprender demuestra que existen serias asimetrías en la participación de la mujer en el periodismo deportivo y se conocen las causas o razones para que esto suceda; entonces, se podrá diseñar una propuesta de solución que demuestre que la capacidad de la mujer puede perfectamente llenar los vacíos técnicos y operativos de un programa televisivo con contenido deportivo, lo que permitirá un planteamiento de reestructuración de todas las áreas planteando la creación de un nuevo

programa que pueda contar con la participación del género femenino sin afectar la audiencia del mismo.

Validación de hipótesis

Se logró comprobar a través de la investigación que evidentemente sí existe desigualdad en lo que se refiere a la participación de la mujer en el campo del periodismo deportivo. Esto, tomando en cuenta desde el área periodística hasta otros papeles que involucran la elaboración de un programa de contenido deportivo.

Las razones que encontradas mientras se desarrolló esta investigación es que existe machismo, escasa oportunidad en los medios de comunicación y falta de costumbre dentro de la sociedad.

Tomando en cuenta lo que se requiere en la estructura para la elaboración de un programa y con los antecedentes ya antes descritos, fue posible analizar el perfil que se puede requerir, para ocupar los puestos que requiere un programa deportivo, siempre tomando en cuenta que todo depende de las políticas de cada medio y del perfil que busquen ellos.

No hay una ley ni una regla que indique que aquellos puestos solo deben ser ocupados ya sea por hombres o mujeres, por eso se diseñó un esquema de inclusión del género femenino en las distintas áreas que conforman la producción de un espacio deportivo en televisión y se generó una propuesta

de programa de deportes en donde la idea es demostrar que hombres y mujeres pueden trabajar en la producción del mismo y que una mujer está en la capacidad de presentar, dirigir, reportar y más un programa de esta categoría.

Conclusiones

- La comunicación fue y es primordial para el desarrollo de las culturas y del ser humano.
- El periodismo es el arte de poder comunicar e informar al público, los hechos que se transforman en noticia.
- Hasta el día de hoy no se ha podido lograr una equidad de presencia femenina desenvolviéndose en la rama del periodismo deportivo.
- No todas las mujeres que estudian periodismo les apasiona incursionar en el área deportiva.

- La mujer que ha participado en programas deportivos ha sido y sigue siendo vista por los televidentes como un símbolo sexual por su físico.
- No todas las mujeres que han participado en un programa deportivo lo han hecho con profesionalismo.
- Un programa con contenido de deportes implica varias áreas en su estructura, en las que se demostró que es posible la inclusión femenina.
- Los medios contratan personas que dan “rating” y no siempre implica que este personal tenga la suficiente preparación para ocupar estos puestos.
- La sociedad no está acostumbrada a ver a una mujer participando objetivamente en un programa deportivo.
- Las encuestas dicen que si aceptarían a una mujer participando en programas deportivos, sin embargo en la ciudad de Quito aún es escasa la participación de la mujer en un programa de televisión con contenido deportivo.
- La idiosincrasia en las regiones costa y sierra del Ecuador son muy distintas.
- La costa ecuatoriana es más apasionada por el deporte que en la sierra.

- La sociedad aún sigue sin estar preparada porque siguen existiendo trabas sociales tales como el machismo que es por parte de hombres y mujeres, que aún sugieren y relacionan al hombre en el medio deportivo.
- Es posible una equidad de género en los distintos programas que puede producir un medio televisivo, incluyendo un segmento deportivo.

Recomendaciones

- Se necesita ser apasionada, preparada y conocer sobre deportes para presentar y hacer reporterismo en un segmento deportivo para así lograr que sea exitoso.

- Es responsabilidad de los medios el lograr una equidad de género dentro del mismo.
- Es necesario que los medios de comunicación brinden más oportunidades a mujeres que les interese el área deportiva.
- La mujer tiene derecho a participar en todas las actividades que permiten el desarrollo de la sociedad, no debe ser discriminada por su condición femenina.
- Hay que prepararse profesionalmente para enfrentar un mundo lleno de retos laborales.

Anexos

Objetivos de Desarrollo del Milenio Informe de 2012

NACIONES UNIDAS
NUEVA York, 2012

Prólogo

En el informe de este año sobre la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio se destacan varios hitos. La meta de reducir la pobreza extrema a la mitad se ha logrado cinco años antes del plazo fijado de 2015, y asimismo la de reducir a la mitad el porcentaje de personas que carecen de un acceso confiable a fuentes de agua potable mejoradas. Las condiciones en las que viven más de 200 millones de personas en los tugurios han mejorado, lo cual es el doble de la meta marcada para 2020. La matriculación de niñas en la enseñanza primaria ha igualado a la de los niños y se ha visto un avance acelerado en la reducción de la mortalidad materna y de los niños menores de 5 años.

Estos resultados representan una tremenda reducción en el sufrimiento humano y constituyen una clara corroboración del enfoque dado a los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Sin embargo, no hay que bajar la guardia. Las proyecciones indican que en 2015 más de 600 millones de personas de todo el mundo seguirán careciendo de acceso a agua potable segura, casi mil millones vivirán con un ingreso de menos de 1,25 dólares al día, habrá madres que morirán durante el parto, cuando ello puede evitarse, y habrá niños que sufrirán y morirán de enfermedades prevenibles. El hambre continuará siendo un problema mundial, y asegurar que todos los niños puedan completar la enseñanza primaria seguirá siendo una meta fundamental pero no cumplida que afectará negativamente al resto de los objetivos.

La falta de condiciones de saneamiento seguras está obstaculizando los avances en salud y nutrición, la pérdida de biodiversidad avanza a un ritmo acelerado y las emisiones de gases de efecto invernadero siguen siendo una gran amenaza para la población y para los ecosistemas.

El objetivo de alcanzar la igualdad entre los géneros también sigue sin cumplirse, con amplias consecuencias negativas, ya que alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio depende en gran medida del empoderamiento de la mujer y de un acceso de las mujeres, en condiciones de igualdad, a la educación, al trabajo, al cuidado de la salud y a la toma de decisiones. También debemos reconocer la desigualdad en los avances según los distintos países y regiones y las hondas diferencias que existen entre las poblaciones, en especial entre las de las áreas rurales y las de las urbanas.

Alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio para 2015 es difícil pero no imposible. Depende mucho de que se cumpla el Objetivo 8: la alianza mundial para el desarrollo. No debe permitirse que las actuales crisis económicas que afectan a gran parte de los países desarrollados ralenticen o reviertan los avances conseguidos. Aprovechemos al máximo los éxitos que hemos logrado hasta ahora y no cejemos hasta haber alcanzado todos los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

BAN Ki-moon

Secretario General, Naciones Unidas

Panorama general

A tres años del plazo fijado, podemos informar de que se han logrado grandes

avances en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), acordados por los líderes del mundo hace más de una década, han alcanzado ya importantes resultados. Trabajando juntos, los gobiernos, la familia de las Naciones Unidas, el sector privado y la sociedad civil han logrado salvar muchas vidas y mejorar las condiciones para mucha gente. El mundo ha cumplido con importantes metas antes de la fecha marcada.

•• La pobreza extrema está disminuyendo en todas las regiones

Por primera vez desde que comenzaron a analizarse las tendencias de la pobreza, tanto la cantidad de personas

que viven en la pobreza extrema como las tasas de pobreza

cayeron en todas las regiones en desarrollo, incluyendo África

subsahariana, donde esas tasas son las más altas. La proporción

de personas que viven con menos de 1,25 dólares al día cayó

desde el 47% en 1990 hasta el 24% en 2008, por lo cual,

de haber habido más de 2.000 millones de personas en esa

situación, se pasó a menos de 1.400 millones.

•• Se ha alcanzado el objetivo de reducir la pobreza

Las estimaciones indican que la tasa de pobreza de gente que

vive con 1,25 dólares al día cayó en 2010 a menos de la mitad

de la tasa de 1990. Si ese resultado se confirma, la primera

meta de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (reducir la tasa

de pobreza extrema a la mitad de su nivel de 1990) habrá sido alcanzada a escala mundial mucho antes de 2015.

- El mundo ha cumplido la meta de reducir a la mitad la cantidad de personas sin acceso al agua potable

En 2010 también se cumplió la meta de reducir a la mitad la cantidad de personas sin acceso sostenible al agua potable.

Además, la proporción de personas que usan una fuente de agua mejorada aumentó desde el 76% en 1990 al 89%

en 2010. Entre 1990 y 2010, más de 2.000 millones de personas obtuvieron acceso a fuentes de agua potable mejoradas, como suministro por cañería y pozos protegidos.

- Las mejoras de la vida de 200 millones de habitantes de tugurios superaron las metas establecidas

Entre 2000 y 2012, el porcentaje de habitantes urbanos de los países en desarrollo que vivían en tugurios disminuyó

del 39% al 33%. Más de 200 millones de personas lograron el acceso a fuentes de agua mejoradas, a instalaciones

de saneamiento mejoradas o a viviendas durables y menos hacinadas. Este logro supera la meta de mejorar

significativamente las vidas de al menos 100 millones

de habitantes de tugurios, mucho antes de la fecha fijada de 2020.

- Se ha logrado la paridad en enseñanza primaria entre niñas y niños

Gracias a los esfuerzos nacionales e internacionales y a la campaña de los ODM, muchos más niños de todo el mundo

se han matriculado en la enseñanza primaria, especialmente desde 2000. Las niñas son las que más se han beneficiado.

En todas las regiones en desarrollo la relación entre la tasa de matriculación de las niñas y los niños aumentó de 91 en 1999 a

97 en 2010. Este índice de paridad de géneros (97) cae dentro del margen de 3 puntos del 100%, que es la medida aceptada de paridad.

- Muchos países que enfrentan grandes desafíos han concretado avances significativos en el camino hacia una enseñanza primaria universal

En África subsahariana las tasas de matriculación en la enseñanza primaria aumentaron marcadamente, pasando del

58% al 76% entre 1999 y 2010. Muchos países de la región lograron reducir las relativamente altas tasas de niños no

matriculados, incluso a pesar del aumento de la cantidad de niños en edad de asistir a la escuela primaria.

- Los avances en la supervivencia infantil están acelerándose

A pesar del crecimiento de la población, la cantidad de muertes

de niños menores de 5 años ha disminuido en todo el mundo:

desde más de 12 millones en 1990 hasta 7,6 millones en 2010.

Asimismo, los avances en los países en desarrollo también se

han acelerado. África subsahariana, la región con el nivel de

mortalidad más alto entre menores de 5 años, ha duplicado su

tasa media de reducción, pasando del 1,2% al año entre 1990

y 2000 al 2,4% durante el período 2000-2010.

- En todas las regiones aumentó el acceso al tratamiento

para las personas con VIH

A finales de 2010, en las regiones en desarrollo había 6,5

millones de personas que recibían tratamiento con antirretrovirales

para el VIH o el SIDA. Esa cantidad constituye un aumento de

más 1,4 millones de personas desde diciembre de 2009, y es el

incremento más alto jamás logrado en un año. Sin embargo, no

se alcanzó la meta de lograr en 2010 el acceso universal.

- El mundo está en camino de alcanzar la meta de detener

y empezar a revertir la propagación de la tuberculosis

Desde 2002, en todo el mundo las tasas de incidencia de la

tuberculosis han ido declinando. Las proyecciones actuales

llevan a pensar que la tasa de 1990 de mortalidad por esta

enfermedad se habrá reducido a la mitad en el año 2015.

- Las muertes por paludismo han disminuido

en todo el mundo

Desde el año 2000, la incidencia estimada del paludismo

ha disminuido un 17% en todo el mundo.

En este mismo período,

las tasas de mortalidad debidas específicamente al paludismo

han disminuido un 25%. En 43 de los 99 países con transmisión

activa de paludismo, los casos denunciados cayeron más de un

50% entre 2000 y 2010.

La desigualdad está afectando negativamente a

las ganancias y ralentizando los avances

en áreas clave

Los logros se han distribuido de forma desigual entre las regiones

y países. Más aún, para algunos ODM los avances se han

ralentizado luego de las múltiples crisis del período 2008-2009.

- En los últimos 20 años, el empleo vulnerable ha disminuido en pequeña proporción. Se estima que en 2011 el empleo vulnerable (definido como el porcentaje de trabajadores familiares auxiliares y trabajadores por cuenta propia respecto al empleo total) representaba un 58% de la fuerza laboral en las regiones en desarrollo, lo cual supone un descenso moderado en relación con el 67% que existía hace dos décadas. Es más probable que las mujeres y la población joven se encuentren en tal posición insegura y pobremente remunerada en proporción mayor que el resto de la población laboral.

- El descenso de la mortalidad materna está muy lejos de la meta establecida para 2015. Ha habido importantes mejoras en la salud materna y en la reducción de la mortalidad materna, pero los avances siguen siendo muy lentos. La disminución de la cantidad de embarazos entre las adolescentes y la expansión del uso de los métodos anticonceptivos han continuado, pero desde el 2000 lo ha hecho a un ritmo más lento que durante la década precedente.

- El uso de fuentes de agua mejoradas sigue siendo bajo en las áreas rurales.

Mientras que en 2010 el 19% de la población rural usaba fuentes de agua no mejoradas, en las áreas urbanas ese porcentaje era de solo un 4%. Como los aspectos relacionados con la seguridad, la confiabilidad y la sostenibilidad no se reflejan en los indicadores que se utilizan para seguir los avances de los ODM, es probable que ese porcentaje sobrestime la cantidad real de personas que usan fuentes de agua seguras. Y lo que es peor, casi la mitad de la población de las regiones en desarrollo (2.500 millones de personas) todavía no cuenta con instalaciones de saneamiento mejoradas. Para 2015 el mundo habrá logrado solamente un 67% de cobertura, muy por debajo del 75% necesario para alcanzar el ODM.

- El hambre sigue siendo un problema mundial.

Las estimaciones más recientes de la FAO a propósito de la nutrición insuficiente, indican que en el período 2006/2008 había 850 millones de personas que padecían hambre, lo que equivale a un 15,5% de la población mundial. Este persistente

nivel alto refleja la falta de avances de varias regiones, a pesar de que haya disminuido la pobreza. Los avances también han sido lentos en la reducción de la nutrición insuficiente en niños.

En 2010, casi un tercio de los niños de Asia meridional pesaban menos de lo normal.

- La cantidad de personas que viven en tugurios sigue creciendo

No obstante el descenso del porcentaje de población urbana que vive en tugurios, la cantidad absoluta ha seguido creciendo respecto a la base de referencia de 650 millones registrada en 1990. Se estima que 863 millones de personas viven hoy en esos barrios.

En los próximos años tendremos la oportunidad de aumentar los logros y de adecuar nuestro programa para el futuro

El plazo fijado de 2015 se acerca rápidamente. Las contribuciones de los gobiernos nacionales, la comunidad internacional, la sociedad civil y el sector privado deberán intensificarse para enfrentar el antiguo y persistente desafío de la desigualdad y para seguir luchando por la seguridad de los

alimentos, la igualdad entre los géneros, la salud materna, el desarrollo rural, las mejoras de la infraestructura, la sostenibilidad del medio ambiente y la respuesta al cambio climático.

Se está preparando un nuevo programa para continuar en él nuestros esfuerzos más allá de 2015. La campaña de los ODM, con sus éxitos y reveses, nos provee una rica experiencia de la cual extraer enseñanzas, al igual que nos brinda la confianza de que es posible seguir cosechando éxitos.

- La igualdad entre los géneros y el empoderamiento de la mujer son asuntos clave

La desigualdad entre los géneros continúa y las mujeres siguen enfrentando discriminación en el acceso a la educación, al trabajo, a la tenencia de bienes y en su participación en el gobierno. La violencia contra la mujer sigue socavando los esfuerzos de alcanzar todos los objetivos. La continuación de los avances hacia 2015, pero también después, dependerá mucho de los éxitos que se logren en estos desafíos interrelacionados.

- Los avances en los ODM demuestran el poder de los objetivos mundiales y de las metas compartidas

Los ODM han sido un marco de trabajo fundamental para

el desarrollo global. Planes claros y con objetivos y metas mensurables, y la existencia de una visión en común, han sido cruciales para lograr los éxitos. En todo el mundo existe la expectativa de que más temprano que tarde se alcanzarán todos los objetivos marcados. Se espera mucho de los líderes mundiales. Diversos sectores, como los gobiernos, las empresas, las universidades y la sociedad civil, a menudo conocidos por trabajar con metas divergentes

o incompatibles, están aprendiendo a colaborar en sus aspiraciones compartidas. Las estadísticas mundiales y un análisis claro del Informe de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de este año nos dan una buena idea de hacia dónde dirigir nuestros esfuerzos.

SHA ZUKANG

Subsecretario General de Asuntos Económicos y Sociales

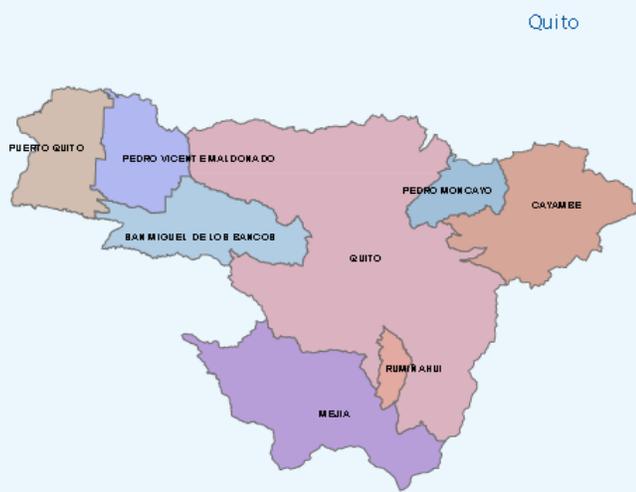
Datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)



somos **14.483.499**
de habitantes en el Ecuador



DATOS CANTONALES CENSO 2010



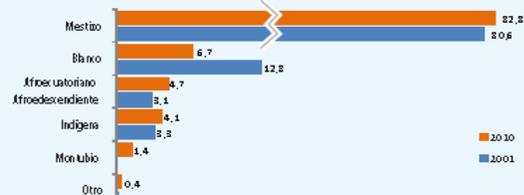
POBLACIÓN TOTAL Y TASA DE CRECIMIENTO

CENSOS 1950 - 1962 - 1974 - 1982 - 1990 - 2001 - 2010



AUTOIDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN +

CENSOS 2001 - 2010



Población		Educación		Tecnologías		Vivienda		Equidad	
Edad media de la población	29,5	Analfabetismo >= 15 años	3,0	% Analfabetismo digital >= 10 años	16,3	% hogares en viviendas propias y totalmente pagadas	33,0	%d iscapacitados que asisten a un establecimiento educación especial	10,5
% personas con cédula ciudadanía	83,5	Promedio de años de escolaridad >= 10 años	11,1	% personas utilizaron celular	75,4	% hogares que tratan el agua antes de beberla	64,9	% niños/as < de 5 años en programas del gobierno	0,0
% ocupados con seguro general (1)	46,1	Cobertura del sistema de educación pública	56,6	% personas utilizaron computadora	54,3	Promedio de focos ahorradores en la vivienda	5,1	%d iscapacitados que trabajan en el sector público	0,4
% personas con seguro de salud privado	19,1	% hogares con niños/as que (2) no asisten a un establecimiento	2,6	% personas utilizaron internet	48,2	% viviendas con servicios básicos públicos (3)	88,6	%adultos/as mayores jubilados	29,4

(1) Con respecto al total de personas ocupadas (2) Niños/as de 5 a 14 años

(3) Incluye: luz eléctrica, agua, excusado y eliminación de basura por carro recolector

www.ecuadorencifras.com

Ecuador cuenta con el INEC

www.inec.gob.ec

Entrevistas

Carlos Luis Lozano

1. ¿Qué es para usted el periodismo deportivo?

Es la esencia de los deportes y para incursionar en esto lo importante es el talento.

2. ¿Cree que existe discriminación hacia las mujeres en el periodismo deportivo?

Si hay discriminación porque esa es la idiosincrasia del ser humano, pero el talento es el que rompe esta discriminación, además de una buena preparación; es por eso que es importante saber aprovechar cuando una persona tiene talento.

3. ¿Le daría oportunidad a una mujer en su programa deportivo?

Si es que tiene talento si le doy cabida, pero si lo que quiere es figurar no se la daría.

4. ¿Qué es lo más importante para que una mujer trabaje en un medio de comunicación como periodista deportiva?

Como dije antes lo importante es el talento, y si tiene atributos por todas partes sería mejor, porque también hay que ver el raiting y el contenido.

Soy de la idea que debe existir una figura agraciada, pero con talento.

5. **¿Vería un programa deportivo conducido solo por mujeres?**

¿Y por qué no?, los hombres y las mujeres están en la capacidad de conocer del mismo tema y poder desenvolverse en el medio.

Robin Noboa

1. **¿Qué significa para ti el periodismo deportivo?**

Personalmente para mi es mi vida, siempre me he sentido identificado sobre todo con la narración del fútbol.

2. **¿Existe discriminación de tu parte para que en ningún programa deportivo de Rumba exista ninguna mujer?**

No creo que sea discriminación, y no tengo ninguna chica porque no se ha presentado la oportunidad, no se ha acercado alguna mujer para que se le dé la oportunidad; cuando me pidieron armar mi grupo lo hice con la gente que tenía más identificada dentro del medio y en sí todos son hombres, a pesar que sé que en otras radios hay mujeres, pero en Rumba el cuerpo administrativo lo comandan las mujeres.

3. **¿Qué opina de las mujeres que quieren incursionar en el periodismo deportivo?**

A mí me parece muy bien, tienen muchas ventajas en relación a los hombres, en el entorno del fútbol siempre hay más hombres, entonces creo que el hecho de ser mujer le da una ventaja al rato que quieran conseguir una mejor nota.

Siempre y cuando se preparen y que estén al mismo nivel o mejor, que hagan preguntas coherentes, me parece muy chévere.

4. **¿Cree que hay oportunidad para la mujer que sea una periodista protagonista en los programas deportivos?**

Yo creo que sí, porque si estamos hablando de medios visuales creo que una chica puede tener más acogida que los hombres, pero creo que requiere preparación, porque si tú te preparas estás al nivel de cualquiera.

Depende del talento personal.

5. **¿Por qué cree que hasta el día de hoy no se ha destacado una mujer narradora o comentarista en los partidos de fútbol?**

No hay, hasta ahora no me he enterado que existan mujeres que se dediquen específicamente a la narración y el comentar de partidos de fútbol. Creo que de pronto no se animan con el temor que les vaya

mal, o no se animan; creo que muchas prefieren ser reporteras, fotógrafas deportivas.

6. **¿En un futuro que posibilidad le ve a que una mujer sea una periodista deportiva destacada?**

A mí me parece que tiene futuro como en cualquier profesión, no hay estigmatizar al periodismo cuando hoy vemos que hay fútbol femenino, box femenino entre otros deportes.

7. **¿Y por qué se les toma más en cuenta a los deportes femeninos?**

Me parece que es enfoque de los medios y estrategias de marketing, que lo masculino vende más tiene más seguidores.

8. **¿Cree que existe discriminación de los medios?**

No porque si hay varios medios que tienen mujeres trabajando en el ámbito deportivo, sin embargo siempre va a existir los protagonistas que son años que llevan en este medio.

Lo importante es la constancia la experiencia.

9. **¿Cree que los televidentes o radioescuchas tendrían la credibilidad para seguir un programa deportivo conducido por el género femenino?**

Depende el enfoque que se le dé, en radio una vez escuche que se ponían a analizar que jugador era más guapo y obviamente así no van a tener credibilidad.

Tienen que hacer un programa estrictamente deportivo.

10. **¿Qué consejo le daría a las mujeres que quieren incursionar en el género del periodismo deportivo?**

Yo les sugeriría que se preparen y que tengan constancia. Trabajar en armonía, apoyarse en las personas que saben, tener paciencia; esto no es de la noche a la mañana necesitas prepararte para trascender.

Julia Guerra

1. **¿Qué representa para usted el periodismo?**

El periodismo es mi vida, más que una profesión es una pasión que me incentiva cada día para realizar mis actividades con amor.

2. ¿Por qué eligió esta carrera?

Escogí por mi pasión al deporte. Pensé que de esta manera podía estar más ligada. Sin embargo, no solo he trabajado en este ámbito, sino también desde lo social.

3. ¿Cree que en el país hay oportunidad para las mujeres que quieren incursionar en el periodismo deportivo?

Si hay oportunidad. Todo está en el profesionalismo. Ya no vivimos en una sociedad patriarcal donde todo gira en torno al sexo masculino. Y esta respuesta se fundamenta con el trabajo que varias mujeres han realizado en el periodismo deportivo, y desde mi perspectiva quien más se ha destacado en Martha Córdoba, quien incluso ha sido la única mujer presidenta de la APDP (Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha).

4. ¿Considera que existe discriminación al género femenino?

Discriminación no. Pero a pesar de que las puertas están abiertas para que las mujeres trabajen en cualquier medio cubriendo deportes sí existen algunas trabas sociales que permanecen incrustadas en el imaginario colectivo de las personas. Como que las mujeres no saben de deportes y en especial de fútbol y que no deberían opinar, pero esto se

rompe cuando unadama demuestra lo contrario y para que esto suceda hay que prepararse cada día más.

5. ¿Cuál es el problema o el impedimento?

Como dije algunas trabas sociales en el imaginario de las personas, pero ahora en menor medida que años atrás.

Esto es una construcción social, un motivo más para que las mujeres sigan demostrando sus conocimientos.

6. ¿Cree que el problema es en Ecuador o a nivel mundial?

A nivel mundial. Pero insisto en que estos paradigmas o tabús se están rompiendo poco a poco, gracias a la preparación y capacidad de las mujeres.

7. ¿Cuál considera usted que podría ser la posible solución?

Dos pequeñas cosas preparación y profesionalismo.

8. ¿Usted se ha sentido limitada al no poderse desempeñar como periodista deportiva?

En ciertos aspectos, porque algunos hombres piensan que las mujeres no estamos preparadas para incursionar en esta rama, pero cuando les demostramos nuestro trabajo ellos mismos reconocen su error.

9. ¿Qué opina del contenido de los programas deportivos en el Ecuador?

Creo que no son dinámicos solo se dedican a informar nada más.

Angélica Camacho

1. ¿Por qué eligió el medio deportivo?

La verdad es que desde niña a toda mi familia le gustaba el fútbol, por lo tanto fui criada en ese ambiente y tengo conocimiento sobre el tema. Si alguna vez soñé estar en la televisión, siempre fue en el área deportiva.

2. ¿No ha pensado una carrera de periodismo deportivo?

Me hubiese gustado seguirla, pero por el momento me siento preparada para asumir el cargo que llevo, a pesar que no tengo un título de periodista, soy una comunicadora.

3. ¿Qué tanto sabe del género deportivo?

Lo único que veo es fútbol, mi mundo es el fútbol, me siento muy preparada porque es un tema que me gusta del que conozco y en el que me desenvuelvo bien. De hecho también practico este deporte, juego para varios equipos, además tengo canchas en sociedad con un amigo. En conclusión mi vida es el fútbol.

4. **¿Cómo nace el apodo de 'La Hinchada'?**

En el canal concluyeron que las dos pasiones de un hombre son el fútbol y las mujeres entonces quisieron dar esa combinación con mi presencia en el programa, pero necesitaban una voz en las tribunas porque en el fútbol siempre se habla de las hinchadas de los equipos, y con esto nació el nombre de 'La Hinchada'.

5. **¿Alguna vez ha sentido discriminación por estar en el medio deportivo?**

Por supuesto que sí y no solo de los hombres, también sentí discriminación por parte de las mujeres o era envidia al ver que yo exploraba terrenos que antes solo eran exclusivos de los hombres.

Me gané un lugar en un medio machista, y me he ganado el respeto gracias a mi conocimiento.

6. **¿Han sobrepuesto su belleza ante sus conocimientos?**

Al comienzo sí, y me sentía muy avergonzada al estar en las barras ya que escuchaba de todo y me sentía más como una modelo a la que admiraban por su belleza no por su conocimiento, pero como digo creo que con el tiempo he demostrado mis conocimientos y me he ganado el respeto y admiración de los colombianos.

7. **¿Existe la oportunidad para las periodistas deportivas dentro de los medios?**

Creo que en Colombia aun es minoritario el espacio que se les brinda a las mujeres que quieren pertenecer al medio deportivo, o es que no muchas se animan a hacerlo, por mi lado se me han abierto muchas puertas, y si hay otras colegas que poco a poco se van ganando un puesto, pero si sigue existiendo machismo en el medio.

La mejor forma de acabar con eso es demostrar profesionalismo.

8. **¿Tendría la misma acogida un programa conducido solo por mujeres?**

Si claro yo trabajo en otro programa para City Tv que sale solo en Bogotá, llamado Los Ángeles del Fútbol, somos tres mujeres en el set hablando sobre deportes y siempre tenemos la presencia de un famoso, y si hemos tenido acogida. Todo se trata de carisma profesionalismo, ganarte al público.

María José Flores

1. **¿Cuál es su experiencia en el ámbito deportivo?**

Actualmente, trabajo en cinco programas televisivos de contenido deportivo y recientemente inicié en un programa radial. La verdad es que me encanta trabajar en esta área en la cual cada vez aprendo

más y me he relacionado con excelentes profesionales que me ayudan a crecer en mi carrera.

2. **¿A qué se debe la inclinación por el periodismo deportivo?**

A pesar que inicié haciendo farándula y me gusta mucho ese campo, siempre me gustó mucho los deportes en especial el fútbol por el equipo del que soy hinchita a muerte, Barcelona. Y a pesar que antes sabía de deportes pero no con un conocimiento tan amplio, hoy en día sigo aprendiendo más y adquiriendo experiencia en esta área que definitivamente me gusta y en la que quiero seguir. Aunque te confieso que una periodista siempre tiene que saber de todo, ya viví mi etapa de farándula y ahora me quedo con el deporte, pero quién sabe algún día estaré en un nuevo género.

3. **¿Qué factores consideras necesarios para incursionar en este campo?**

Prepararte mucho, porque una cosa es tener gusto por el tema, saber un par de cosas y nombres dentro de lo nacional, pero el deporte abarca mucho conocimiento a nivel mundial, siempre ser una persona seria y profesional. He conocido muchas chicas que van más en busca de los futbolistas que hacer su trabajo, están dejando el profesionalismo a un lado.

Tuve suerte que mi jefe antes que incursione en esta área comenzó a prepararme me llevaba a coberturas y poco a poco he ido adquiriendo

experiencia. Mi objetivo a un futuro próximo es ser borde de campo en los partidos de fútbol. Ya me encuentro preparándome para lo mismo.

4. **¿Por qué piensas que no se le ha dado oportunidad al género femenino para hacer periodismo deportivo en televisión?**

Realmente es difícil ganarse un puesto en la pantalla, la verdad no sé por qué no se ha dado mayor oportunidad al género femenino, porque cuando salgo hacer las coberturas me encuentro con muchas compañeras del género que trabajan en radio y prensa escrita; y la verdad es que son muy buenas de hecho ellas me han ayudado en muchas ocasiones y con su experiencia me han dado consejos que los empleo a diario.

Realmente creo que depende de cada medio el dar o no apertura a que las personas trabajen.

5. **¿Alguna vez te has sentido como objeto sensual trabajando en el medio deportivo?**

Como mis inicios fueron en la farándula, la gente me conoció primero por eso y he hecho fotos calendarios de todo un poco, y sí en ocasiones me han dicho que tengo lindas piernas y así un par de piropos, pero nunca nadie me ha faltado el respeto. Ahora en mis programas no indicó como lo han hecho otras presentadoras que han hecho periodismo deportivo, pero tampoco me pongo tónica, simplemente intento hacer mi mejor trabajo.

6. **¿Te has sentido intimidada trabajando entre hombres, crees que tu participación es minoritaria?**

Diego Arcos, la persona con la que trabajo me ha enseñado a que no tengo que repetir la información que ellos ya dicen, sino que tengo que aportar y sumar al equipo, por eso siempre trato de darle un plus a cada noticia o tema del que se habla, y siempre que puedo doy mis opiniones. Por ejemplo así sea barcelonista, cuando es de darle palo a mi equipo porque ha jugado mal, lo admito y emito mis comentarios.

7. **¿Crees que dejas ver la pasión por tu equipo cuando das una información?**

Es evidente que soy hincha y todos los saben porque soy conductora del programa oficial de Barcelona, pero trato de ser objetiva, aunque por lo general la mayoría de noticias que vende son de mi equipo, además el canal dónde trabajo es uno de los auspiciantes del equipo 'canario'.

8. **¿Crees que existe discriminación o machismo hacia las mujeres que quieres incursionar en el periodismo deportivo?**

Sí, a lo mejor si es un poco de machismo, discriminación no diría que existe, yo creo que es más que todavía la sociedad no está acostumbrada a ver a una mujer participando en el periodismo deportivo, porque están acostumbrados a ver solo hombres en esta área.

Fernando Guerrero

1. ¿Qué representa para usted el fútbol?

Para mí lo es todo en mi vida, muy fundamental mi medio de subsistencia, mi prestigio, respeto etc.

2. ¿Por qué considera que el futbol tiene más acogida que otros deportes?

Porque creo que el fútbol es el deporte que más llama la atención al público y se lo practica en casi todo el mundo.

3. ¿Qué opinión tiene sobre los periodistas deportivos en el país?

Son buenos profesionales con gran conocimiento y trayectoria en el medio.

4. ¿Qué credibilidad les da a los programas deportivos?

Si son buenos, más que programas son noticieros informativos que hacen su trabajo sobre las noticias deportivas.

5. ¿Qué piensa sobre el trabajo de una periodista deportiva mujer?

Me parece que no hay buenas periodistas deportivas mujeres, me refiero a que en las entrevistas que nos hacen después de los entrenamientos, casi siempre son los hombres los que hacen las preguntas y supongo que ellas se basan en las respuestas de preguntas ajenas para hacer sus reportes.

6. **¿Por qué cree que no hay muchas periodistas deportivas mujeres?**

Porque pienso que no se sienten muy atraídas por el ambiente de los deportes, a pesar que si hay bastantes hinchas mujeres, pero es distinto la preferencia por un equipo a que el gusto por todos en general.

7. **¿Cómo futbolista que cree que les hace falta a los programas deportivos?**

Les hace falta más opinión, comentario, análisis, la mayoría se dedica solo a dar resultados.

8. **¿Qué acogida le daría a un programa deportivo conducido solo por mujeres?**

No me negaría a verlo, pero tendría que ver su contenido para decidir si le doy seguimiento o no.

Erick Valencia

1. **¿Qué representa para usted el fútbol?**

El futbol representa mucho para mí ya pasa a ser de un deporte a un estilo de vida. Es una sensación única para mí lo es todo, no es solo

patear un balón eso conlleva a entrenar todos los días, tener buena alimentación y ser responsable.

2. **¿Por qué considera que el futbol tiene más acogida que otros deportes?**

Porque se lo puede practicar en cualquier lugar y es de más fácil acceso.

3. **¿Qué opinión tiene sobre los periodistas deportivos en el país?**

Ellos hacen su trabajo, pero en ocasiones me molesta algunos se comportan más como hinchas y no como periodistas que saben informar.

4. **¿Qué credibilidad les da a los programas deportivos?**

No mucha porque cada programa tiene su forma de trabajar, unos son sensacionalistas y otros solo emiten la noticia como es.

5. **¿Qué piensa sobre el trabajo de una periodista deportiva mujer?**

Me parece novedoso ya que en el país no hay muchas mujeres que se dediquen a esta labor, pero las que lo hacen, tienen una buena iniciativa.

6. **¿Por qué cree que no hay muchas periodistas deportivas mujeres?**

Porque lamentablemente vivimos en una sociedad machista donde la mayoría cree que los periodistas deportivos tienen que ser hombres.

7. **¿Cómo futbolista que cree que les hace falta a los programas deportivos?**

Más variedad en las noticias y como comenté anteriormente, más profesionalismo por parte de ciertos periodistas.

8. **¿Qué acogida le daría a un programa deportivo conducido solo por mujeres?**

Muy atractivo (entre risas). Sería algo fuera de lo normal y una buena idea.

GLOSARIO

Comunicación: acción de comunicarse entre dos o más personas. Promulgar, hablar o dar a conocer sobre alguna cosa.

Conocimiento: inteligencia, erudición; acción y efecto de conocer sobre cualquier tema.

Derechos: preceptos y reglas a las que están sometidas las relaciones humanas en toda sociedad civil.

Deportes: El deporte es toda aquella actividad física que involucra una serie de reglas o normas a desempeñar dentro de un espacio o área determinada.

Deportivo: Término que está asociado exclusivamente con los deportes.

Discriminación: es el acto de separar o formar grupos de personas a partir de criterios determinados. En su sentido más amplio, la discriminación es una manera de ordenar y clasificar. Puede referirse a cualquier ámbito, y puede utilizar cualquier criterio.

Equidad: es igualdad el tener los mismos derechos y deberes.

Estructura: organización, distribución y orden de las partes importantes de una propuesta.

Femenino: El género femenino es un término de gramática. En los nombres y en algunos pronombres, es el rasgo inherente de las voces que designan

personas del sexo femenino, animales hembra y, convencionalmente, determinados objetos o cosas.

Feminismo: doctrina social que concede a la mujer capacidades y derechos reservados hasta ahora solo para los hombres.

Fútbol: es un deporte de equipo jugado entre dos conjuntos de 11 jugadores cada uno y cuatro árbitros que se ocupan de que las normas se cumplan correctamente.

Género: tendencia para definir varias cosas o gustos, además lo masculino y femenino.

Ideografía: la escritura ideográfica es un conjunto de caracteres que representan una idea, este tipo de escritura es mayor conocida entre las escrituras mayas.

Idiosincrasia: personalidad. Índole del temperamento y carácter de cada individuo.

Machismo: actitud de prepotencia por parte de los hombres hacia las mujeres.

Medios de Comunicación: se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos.

Mujer: persona del sexo femenino que ha llegado a la edad de la pubertad.

Participación: el término puede utilizarse para nombrar a la capacidad de las personas de involucrarse en actividades y decisiones.

Periodismo: el periodismo es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad.

La base del periodismo es la noticia, pero comprende otros géneros, muchos de los cuales se interrelacionan, como la entrevista, el reportaje, la crónica, el documental y la opinión.

Periodista: periodista es la persona que se dedica profesionalmente al periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en la prensa escrita, radio, televisión o medios digitales. Su trabajo consiste en descubrir e investigar temas de interés público, contrastarlos, sintetizarlos, jerarquizarlos y publicarlos.

Pictórico: perteneciente, relativo y adecuado para la pintura.

Preparación: disposición el estar preparado y tener el conocimiento sobre algún tema.

Prensa Escrita: se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad. Esta periodicidad puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario, o más comúnmente periódico, semanal (semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas) o anual (anuario).

Programa: conjunto de instrucciones escritas con un lenguaje de programación que permiten al usuario de realizar una tarea concreta.

Radio: es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, si bien el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet.

Símbolo: figura, imagen o divisa que representa con que se representa un concepto, por alguna semejanza que el entendimiento percibe.

Televisión: La televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que emplea un mecanismo de difusión, la transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o por redes de televisión por cable. El receptor de las señales es el televisor.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Villamarín C, José (1997) Síntesis de la Historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo. Quito-Ecuador: Ramandí.
- Cepeda, José (1987) Características de la radio. Madrid-España.
- La Calle, Charo (2001) El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento. Barcelona-España: Gedisa Ed.
- Gonzales Reyna, Susana (1991) Géneros Periodísticos 1. Periodismo de Opinión y Discurso. D,F-México: Editorial Trillas.
- Alcoba López, Antonio. "Periodismo Deportivo" Madrid. Ed: Síntesis; 2005.
- Comesaña, Gloria (1991) Mujer, poder y violencia. Venezuela: Ediluz.
- De Beauvoir, Simone (1962). El segundo sexo. Buenos Aires. Siglo XX.
- Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, JordiXifra. Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas. Madrid 2011 8va edición. Pearson Educación, S.A.
- Francisco Domingo y varios autores. Diccionario Enciclopédico Interactivo. Madrid-España 2000. Cultural S.A.

Páginas Web:

- Medina, Patricio. Ecuador 2006. Obtenido en:
<http://estructuraecuador.wordpress.com/category/descripcion-estructurada-de-la-prensa-escrita/> 31/01/2012. 10H00.
- Rejuela “Pasión futbolera” Perú. 2002. Obtenido en:
redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio; 12/12; 15H30.
- Castañon Jesús. “El fútbol es así” Brasil. Editorial Terra; 2006.
Obtenido en http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_deportivo;
18/12/2008; 20H00.
- Naranjo Pedro. “Palabra Clave”. Bogotá Colombia. Edición: ISSN,
2005. Obtenido en: <http://fútbolactual./363/sin-0/85.pdf>. 26/01/12.
[16H00](#)
- Ki-Moon, Ban . Objetivos de Desarrollo del Milenio Informe 2012
(2012). Organización de las Naciones Unidas (ONU). Obtenido en:
[http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/mdg_2012_foreword_o
erview.pdf](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/mdg_2012_foreword_oerview.pdf). 16/02/2012. 12h00
- Lamas, Marta (Compiladora). El género, la construcción cultural de la
diferencia sexual (2000). México: Universidad Autónoma Nacional de
México. Obtenido en: <http://www.fempres.cl/ABC>. 27/01/12 10H00

- Valle, Norma y otras. El ABC del periodismo no sexista. Disponible en: http://periodismo-mujer_abc.nuevo/sinsexo-02. 27/012/12. 12H00
- Mateo, Mar. La mujer en el periodismo deportivo: valores humanos, Eurocopa y Juegos Olímpicos. Disponible en: <http://www.solodeportefemenino.com/portal/index.php/investigacion/ev-entos-y-congresos/159-la-mujer-en-el-periodismo-deportivo-valores-humanos-eurocopa-y-juegos-olimpicos>. 16/02/2012. 14H30
- Waib Oscar. “Las chicas bellas del periodismo deportivo”. España 2005. Obtenido en: <http://www.infobae.com/notas/nota.php?IdxSeccion=100713%20-%2070k>. Infobae.com; 13/12/11 10H00 AM.