



FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

LA PERCEPCIÓN DEL PÚBLICO RESPECTO AL
ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO
DEPORTIVO EN LOS PROGRAMAS RADIALES.
CASO: EXITOSA DEPORTES.

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Comunicación y Periodismo

Autora:

Leonela Mavel Andia Carranza

Asesor:

Mg. Jorge Clavijo Correa

Lima - Perú

2021

ÍNDICE

-	ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS	2
-	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	3
-	DEDICATORIA	4
-	AGRADECIMIENTO	5
-	ÍNDICE DE TABLAS	7
-	ÍNDICE DE FIGURAS	8
-	RESUMEN	9
-	ABSTRACT	11
-	CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	13
-	CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	32
-	CAPÍTULO III. RESULTADOS	37
-	CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	56
-	REFERENCIAS	64
-	ANEXOS	67

▪ **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1: <i>Presencia de la mujer en los programas deportivos</i>	25
Tabla 2: <i>Descripción del programa “Exitosa Deportes”</i>	33
Tabla 3: <i>Participación de Shantall Ordoñez en Exitosa Deportes, bloque para leer comentarios</i>	35
Tabla 4: <i>Comentarios del público</i>	43

▪ **ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1: Proceso cualitativo.....30

RESUMEN

En tiempos de igualdad de género, la mujer ha iniciado un proceso de participación similar a la del varón en la vida social, académica y profesional. El periodismo, no escapa a este fenómeno de libertad, en especial, el periodismo de opinión en donde se evidencia un desenvolvimiento contundente de la mujer: como experta y líder. Sin embargo, el periodismo deportivo en el Perú, ha menguado este equilibrio y sigue caracterizado por el machismo y la falta de oportunidades para las mujeres periodistas: no solo como imagen, sino como profesionales y expertas capaces de generar opinión, debate y reflexión. Es por ello que la presente investigación busca reflejar la percepción sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo desarrollado en Radio Exitosa, un medio de comunicación de cobertura nacional, a través de su programa Exitosa Deportes (que se caracteriza por una marcada diferencias entre los roles de varones y mujeres en la conducción del espacio que se transmite por radio y redes sociales, y que deriva en una deformación sobre la importancia de la mujer en la generación de opinión, propio de estos espacios). Si bien el experto en periodismo Edward Alva considera que la mujer si desempeña el mismo rol que realiza el varón como: informar, comentar, analizar datos y debatir con sus compañeros sobre temas trascendentales. Estos son menguados por el contexto en que se materializan. Por ello se determinar qué tipo de percepción predomina respecto al rol de la mujer en el programa deportivo Exitosa Deportes, para ello tomará en cuenta la percepción visual, auditiva y social sobre la imagen, el discurso y el desempeño profesional y humano de las mujeres que aparecen en el espacio como conductoras. Para ello, se aplicarán instrumentos de recolección de datos como: el *focus group*, (aplicada a radioyentes), Observación directa (reacciones y comentarios de seguidores del programa a través de redes sociales - Facebook / del programa, emitido en radio, motivo de estudio: imagen, discurso y desenvolvimiento humano y profesional de sus conductores) y entrevista (a un periodista y conductor especializado en periodismo deportivo).

Esta investigación es cualitativa – descriptiva y es relevante porque evidencia que las mujeres que ejercen el periodismo deportivo son vulnerables y están expuestas a situaciones discriminatorias y machistas; y refleja la falta de compromiso de los medios de comunicación por brindar espacios de desarrollo humano y profesional para las mujeres periodistas y por educar a las audiencias, ya que, si bien el deporte que prima en este tipo de espacios es el fútbol, no es de interés y desarrollo exclusivo, desde el periodismo, de los varones.

Concluye que el público que consume el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes, percibe una imagen inferior de la mujer, respecto del hombre (co-conductores), y que no es valorada por su profesionalismo, si no por su figura (estereotipo) como elemento de atracción de audiencias. Sin embargo, hay esperanza: algunos seguidores del programa y especialistas entrevistados creen que solo será cuestión de tiempo para que se logre mejorar la condición de las mujeres y se les permita desarrollar los perfiles de profesional y experta y eso, aseguran, dependerá del medio de comunicación.

Palabras clave: Percepción, Mujer periodista, Periodismo deportivo, Roles del periodista.

ABSTRACT

In times of gender equality, women have begun a process of participation similar to that of men in social, academic and professional life. Journalism does not escape this phenomenon of freedom, especially opinion journalism where a forceful development of women is evident: as an expert and leader. However, sports journalism in Peru has diminished this balance and continues to be characterized by machismo and the lack of opportunities for women journalists: not only as an image, but as professionals and experts capable of generating opinion, debate and reflection. That is why this research seeks to reflect the perception of the role of women in sports journalism developed in Radio Exitosa, a media outlet with national coverage, through its program Exitosa Deportes (which is characterized by a marked difference between the roles of men and women in leading the space that is transmitted by radio and social networks, and that leads to a distortion of the importance of women in generating opinion, typical of these spaces). Although the journalism expert Edward Alva considers that women do play the same role as men, such as: informing, commenting, analyzing data and debating transcendental issues with their peers. These are diminished by the context in which they materialize. For this reason, it will be determined what type of perception predominates regarding the role of women in the sports program Successful Sports, for which the visual, auditory and social perception of the image, discourse and professional and human performance of the women who participate will be taken into account. appear in space as conductors. For this, data collection instruments will be applied such as: the focus group, (applied to radio listeners), Direct observation (reactions and comments of followers of the program through social networks - Facebook / of the program, broadcast on the radio, reason for study: image, speech and human and professional development of its drivers) and interview (with a journalist and driver specialized in sports journalism).

This research is qualitative - descriptive and is relevant because it shows that women who practice sports journalism are vulnerable and are exposed to discriminatory and sexist situations; and reflects the lack of commitment of the media to provide spaces for human and professional development for women journalists and to educate the audience, since, although the sport that prevails in this type of space is soccer, it is not of interest and exclusive development, from journalism, of men.

It concludes that the public that consumes the sports journalism program Successful Sports, perceives a lower image of women, compared to men (co-hosts), and that they are not valued for their professionalism, but for their figure (stereotype) as an element audience attraction. However, there is hope: some followers of the program and interviewed specialists believe that it will only be a matter of time before the condition of women is improved and they are allowed to develop professional and expert profiles and that, they say, will depend on the medium of communication.

Keywords: Perception, Female journalist, Sports journalism, Roles of the journalist.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- Alisson Sojos (2009). Periodismo multiplataforma en los procesos informativos convencionales. [T-ULVR-2851.pdf](#)
- Bill Kovach y Tom Rosenstiel (2003). Los elementos del periodismo. Editorial Santillana. [Los elementos del periodismo - Bill Kovach, Tom Rosenstiel - Google Libros](#)
- Calvo Ortega, E. (2014). La Representación de la mujer y los roles de género en los informativos deportivos de televisión. *Fonseca : Journal of communication*, 19. Obtenido de <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/11814/12201>
- Cardona Muñoz L. U. (2020). Análisis de roles y habilidades periodísticas desde la perspectiva académica de estudiantes, docentes y mallas curriculares en los programas de comunicación Social y Periodismo en Santa Marta, Barranquilla y Cartagena. [45508119.pdf \(uninorte.edu.co\)](#)
- Concepto (2021). La crónica. [Crónica - Concepto, tipos de crónica y ejemplos](#)
- Concepto.pe (2020, 14 de agosto), obtenido de <https://concepto.de/metodo-cualitativo/#ixzz6aiQ5B0Dv>
- Covarrubias, R. (2009). “El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo, desde la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco” (tesis) obtenida de <http://www.razonypalabra.org.mx/EL%20EJERCICIO%20PROFESIONAL%20E%20LA%20MUJER%20DENTRO%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO.pdf>
- Esneca Business school (2020). Géneros periodísticos. [Géneros periodísticos, ¿cuántos hay y cómo se clasifican? \(esneca.lat\)](#)
- Exitosa (2021). Historia de la radio Exitosa. [¡Feliz Aniversario Radio Exitosa! 10 años siendo la voz de los que no tienen voz \(exitosanoticias.pe\)](#)
- Free Content (2020), Historia del periodismo: Desde sus inicios hasta llegar al mundo digital. [Historia del periodismo: Desde sus inicios hasta llegar al mundo digital | IPP](#)
- Gamarnik, C. E. (2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso. *Questión*, 1(23). <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/33079>
- García-Fernández, E. C. y García-Reyes, I. (2004). Los estereotipos de la mujer en la publicidad actual. *Questiones publicitarias*, 43-64. <https://doi.org/10.5565/rev/qp.171>
- Guerra Borja, S. (2017). *Análisis de los estereotipos de belleza presentados en la publicidad dirigida a la mujer de 15 a 20 años de la Revista Cyzone* [Tesis de licenciatura, Universidad Central de Ecuador]. Repositorio UCE. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/8301>
- <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26890/1/FJCS-CS-510.pdf>

https://www.researchgate.net/publication/332303432_Mujeres_en_el_periodismo_deportivo_o_reflexiones_para_comprender_la_transgresion_desde_la_practica_discursiva_de_las_reporteras_de_deportes

Inenka Business school (2020), El lenguaje periodístico y su importancia en los medios de comunicación. [¿Qué es el lenguaje periodístico? - Escuela Inenka](#)

Instituto Nacional de las Mujeres. Las mujeres y los medios de comunicación. [100762.pdf \(inmujeres.gob.mx\)](#)

Julián Pérez y María Merino (2012). Definición.pe [Definición de periodismo - Qué es, Significado y Concepto \(definicion.de\)](#)

La Republica (2020, 12 de febrero). Las 10 emisoras más escuchadas del Perú. [Día mundial de la radio: las emisoras más escuchadas del Perú | RPP | La Karibeña | Exitosa | Radio Moda | Sociedad | La República \(larepublica.pe\)](#)

Meza Zumba K, M y Rodriguez Alvarado L, E. Análisis del rol de la mujer en el periodismo deportivo en la televisión ecuatoriana. [file:///D:/Users/FN/Downloads/AN%C3%81LISIS%20DEL%20ROL%20DE%20LA%20MUJER%20EN%20EL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO%20EN%20LA%20TELEVISI%C3%93N%20ECUATORIANA.pdf](#)

Pastora Moreno Espinoza (2003). El periodismo informativo en televisión: lenguaje, género y estilo. [4-13 Pastora Moreno.qxd \(us.es\)](#)

Pedraza, C. I. (2012). “Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes” (tesis) obtenido de

Ramírez, E. Y., Restrepo, J. A. (2017). “El rol de la mujer, una perspectiva sociocultural en el fenómeno del fútbol” (tesis) obtenido de [doi: https://doi.org/10.30854/anf.v25.n44.2018.401](https://doi.org/10.30854/anf.v25.n44.2018.401)

Real Academia Española (2021), Rol, percepción. [percepción | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE](#)

Roberto Hernández Sampieri. Metodología de la investigación. [Metodologia de la Investigacion Hernandez Sampieri 6a Edicion \(esup.edu.pe\)](#)

Rockcontent.com (2019, 6 de diciembre), obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/focus-group/>

Salazar J., Montero M., Muñoz C., Sánchez E., Santoro E., Villegas J., (2012). Percepción social. [PERCEPCIÓN SOCIAL.pdf](#)

Salinas-Padilla, H.A. (2010). Influencia de los medios masivos de comunicación y los estereotipos de belleza en los jóvenes universitarios. *Acalán: Revista de la Universidad Autónoma del Carmen*, (66), 13-15. <http://www.repositorio.unacar.mx/jspui/handle/1030620191/252>

Sánchez, C. D. (2017). “La equidad de género y el periodismo deportivo en medios radiales de la ciudad de ambato” (Tesis) obtenido de

Sherilyn Fumero (2016), Periodismo deportivo, el papel secundario de la mujer periodista.

[¿PERIODISMO+DEPORTIVO.+EL+PAPEL+SECUNDARIO+DE+LA+MUJER+PERIODISTA¿.pdf \(ull.es\)](#)

Shorthand Social (2017). El papel de la mujer en el periodismo deportivo. [EL PAPEL DE](#)

[LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO — Shorthand Social](#)

Sinnaps.com (2020), obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>

Stella Martini (2000), Periodismo, noticia y noticiabilidad. Editorial Norma. [Periodismo, noticia y noticiabilidad - Stella Martini - Google Libros](#)

Universidad por internet (2021), Periodismo transmedia: la forma de comunicar del siglo

XXI. [Periodismo transmedia: la forma de comunicar del siglo XXI \(unir.net\)](#)

Vargas L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. [CONCEPTOS DE PERCEPCIÓN.pdf](#)