

# 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



▪ **ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS**

El asesor digite el nombre del asesor, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Elija un elemento, Carrera profesional de Elija un elemento, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la tesis de los estudiantes:

- *Apellidos y nombres de los estudiantes*
- 

Por cuanto, **CONSIDERA** que la tesis titulada: *Haga clic o pulse aquí para escribir texto* para aspirar al título profesional de: digite el título profesional por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al o a los interesados para su presentación.

---

Ing. /Lic./Mg./Dr. Nombre y Apellidos  
Asesor

## ▪ ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Los miembros del jurado evaluador asignados han procedido a realizar la evaluación de la tesis de los estudiantes: *Haga clic o pulse aquí para escribir texto*, para aspirar al título profesional con la tesis denominada: *Haga clic o pulse aquí para escribir texto*.

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, los miembros del jurado concuerdan:

**Aprobación por unanimidad**

**Aprobación por mayoría**

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Desaprobado

Firman en señal de conformidad:

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos  
Jurado  
Presidente

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos  
Jurado

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos  
Jurado

▪ **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi bebé y a mis  
Padres, por siempre estar conmigo y ayudarme  
a salir adelante.

▪ **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres por apoyarme hasta el final. Especialmente a mi mamá, porque nunca dejó de alentarme.

## ÍNDICE

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

## ■ 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.

## ▪ CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### I.1. Realidad problemática

A lo largo de los años, se ha intentado que la imagen y el desempeño de la mujer periodista se perciba de manera más profesional, sobre todo en programas difundidos en soportes digitales, radio y televisión. A diferencia de los programas de periodismo de opinión e investigación, en donde existe una marcada presencia de mujeres que, incluso, han sido elevadas a la categoría de líderes de opinión y son figuras representativas de los principales medios de comunicación del país, en el periodismo deportivo se evidencia una participación menor de la mujer en relación a la figura masculina en todos los aspectos, en especial, el de líder y experto. El primer análisis para la presente investigación se ha desarrollado mediante la observación directa, a través de una tabla, y se ha obtenido como resultado que de los 19 programas de periodismo deportivo analizados y que se transmiten a nivel nacional, solo se muestran como conductoras principales a 11 mujeres, mientras que la presencia masculina es de 38. Esta diferencia significativa actúa en desmedro del rol de la mujer en el periodismo deportivo, a la cual se le percibe como poco relevante.

#### **Percepción:**

Según la Real Academia Española, la percepción es la acción y efecto de percibir (captar por uno de los sentidos las imágenes, impresiones o sensaciones externas) y es la sensación interior que resulta de una impresión producida en los sentidos corporales. La Gestalt definió la percepción como una tendencia al orden mental. Inicialmente, la percepción determina la entrada de información; y en segundo lugar, garantiza que la información retomada del ambiente permita la formación de abstracciones (juicios, categorías, conceptos, etc). (Oviedo, 2004). Mann (1972, como se citó en Villarroel, 2015), sostiene que las percepciones interpersonales están influenciadas por procesos subjetivos: actitudes, emociones, deseos, intenciones y sentimientos. En el proceso de la percepción se ponen en juego referentes ideológicos y culturales que reproducen y explican la realidad y que son aplicados a las distintas experiencias cotidianas para ordenarlas y transformarlas (Vargas, 1994). Cuando una persona observa también evalúa, con lo que emite juicios sobre lo que debe ser y hacer otra persona; construcción que está determinada socialmente, ya que el campo interpersonal es una esfera otorgada por dicho ámbito.

Existen diferencias perceptuales que tienen un carácter biocultural; las cuales generan inferencias erróneas sobre la existencia de grupos sociales con capacidades físicas menos evolucionadas, dando lugar a justificaciones “científicas” racistas. La percepción es biocultural porque depende de los estímulos físicos y sensaciones involucrados y de la selección y organización de dichos estímulos y sensaciones. Las experiencias sensoriales se interpretan y adquieren significado por planteamientos culturales e ideológicas específicas aprendidas desde la infancia (Vargas, 1994).

### **Tipos de percepción:**

Según, Fabían Coelho (2021), hay tres tipos de percepción:

- a) **La percepción visual:** se define como la capacidad de interpretar cualquier punto visible que lleguen a nuestros ojos.
- b) **La percepción auditiva:** se define como la capacidad para interpretar la información que llega a nuestros oídos mediante ondas de la frecuencia transmitida por el aire u otro medio.
- c) **La percepción social,** es lo que ayuda al humano crearse una idea de su entorno, esta percepción ayuda a tener conclusiones de cómo pueden ser los individuos antes de conocerlo. Se habla de una percepción social encaminada a elaborar juicios derivados de las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, donde intervienen procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización (Vagas, 1994).

Como ya se ha mencionado, la percepción está enfocada en la psicología como mecanismo de recepción, con características de estimulación y del funcionamiento del sistema nervioso. Sin embargo, con la aparición de la teoría de los estudios directivos (Bruner y Goodman, 1949), se hizo hincapié en que la percepción no solo depende de la naturaleza de los estímulos, sino que sobre ella influyen los estados del organismo. Percibir no es solo recibir estimulación pasivamente; también es seleccionar, formular hipótesis, procesar la estimulación, aumentando o disminuyendo la estimulación. La percepción también es afectada por el aprendizaje, la motivación, la emoción y características momentáneas de los sujetos.

Los teóricos de los estudios directivos formularon una serie de hipótesis que tratan de mostrar el tipo de influencias que afectan la percepción (Allport, 1955):

- Las necesidades corporales determinan lo que se perciben.
- La percepción resulta afectada por las recompensas.

- Los valores del individuo determinan la velocidad del reconocimiento de los estímulos.
- El valor que tienen para los sujetos los objetos percibidos determinan la magnitud que se perciben.
- Las características de personalidad de los sujetos generan predisposiciones que determinan formas de percepción.
- Los estímulos verbales que amenazan al individuo necesitan mayor tiempo para su reconocimiento que los estímulos neutrales.

Según Insel y Moos (1974), los factores culturales o sociales sobre la percepción es lo que establece la diferenciación sobre cómo es percibido el individuo, se han clasificado seis tipos de ambientes humanos que ejercen alguna influencia en la percepción de las personas.

- Ecológico: son características geográficas, meteorológicas y físicas en las que se desempeñan los hombres.
- Organizacional: son estructuras de determinados tipos de ambientes que afectan la conducta.
- Conductuales: en la relación con otros individuos, se genera u adopta determinados patrones de comportamiento que son típicos en un entorno social.
- Propiedades reforzantes: es un sistema de premios o castigos que generan un mecanismo de discriminación selectiva de la realidad.
- Características psicosociales y el clima organizacional: se trata de las dimensiones que predominan en una cultura, generando una serie de información y expectativas sobre una realidad, afectando la interacción entre los individuos.

Así mismo, otro tipos de influencia es la indirecta, el físico o la sociocultural afectan a los procesos perceptivos. Por ello, Tajfel (1969) resumió los mecanismos de influencia en tres factores:

- Familiaridad: el mayor estímulo que forma la cultura.
- Valor funcional: es importante para el individuo desarrollar mecanismos de selectividad, predisposición o rechazo a la estimulación.
- Sistema de comunicación: la información que se adquiere se segmenta o clasifica como experiencias, para utilizar categorías verbales de cada cultura.

Por ello, la percepción es afectada por las características permanentes del medio físico, social y cultural. La relación no es unidireccional, el medio afecta las percepciones de los hombres, a su vez transforman su desarrollo cultural y social en base a programas y expectativas sobre la realidad.

### **El periodismo:**

El origen del periodismo se da gracias a la invención de la imprenta en la edad media, ya que esto permitió la masividad de obras impresas (*Free Content*, 2020). Una de las primeras definiciones de periodismo la dio el filósofo alemán, Georg Hamann, en el año 1777: “El periodismo es la narración de los acontecimientos más recientes y dignos de recordar, impresos sin orden y coherencia en especial”. Hoy en día, la Real Academia Española ha actualizado la definición del periodismo (2021): “El periodismo es la actividad profesional que consiste en la obtención, tratamiento, interpretación y difusión de informaciones a través de cualquier medio escrito, oral visual o gráfico”.

Ha inicios del siglo XX no era considerado un trabajo en el cual se necesite orientación académica, por lo cual, los escritores eran políticos, literarios o personas que desarrollaban este trabajo por vocación. Sin embargo, con la aparición de nuevos géneros periodísticos como el reportaje, la crónica y las diversas secciones en los periódicos, se dieron cuenta que se necesitaba personas especializadas para redactar las noticias diarias (Rocha, 2015).

La base del periodismo es la noticia; sin embargo, hay diversos géneros que lo conforman, como la crónica, la entrevista, la opinión y el reportaje. Así mismo, el periodismo también puede tener un perfil interpretativo, informativo y de opinión (Pérez y Merino, 2012). El periodismo tiene como propósito principal proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos (Kovach y Rosenstiel, 2012).

### **Géneros periodísticos:**



- a) **La noticia:** Gran parte de la comunicación se establece a través de la noticia, la cual se encarga de plasmar todo hecho informativo diario de interés público. No se emite mediante opinión o interpretación, el relato de la noticia debe ser tal cual sucedieron los hechos (*Esneca Business School*, 2020). Según Lázaro Carreter, cuando se relata la noticia se deben responder las preguntas: ¿quién?, ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué?, ¿para qué? y ¿cómo?
- b) **Crónica periodística:** La crónica es la narración de sucesos a lo largo de un tiempo, relata las vivencias y percepciones, describe como suceden los hechos y en ocasiones interpreta lo sucedido (*Esneca Business School*, 2020). El periodista Gabriel García Márquez, define a la crónica como “un cuento que es verdad”. Así mismo, la crónica periodística se define como la información interpretativa de hechos noticiosos y actuales, donde se narra todo lo ocurrido (Moreno, 2003).
- c) **Reportaje:** Es el género periodístico más completo, pues tiene como objetivo ampliar y profundizar una noticia. Según Carbonero, el reportaje es un relato esencialmente informativo, comenta hechos fundamentales, circunstanciales, antecedentes y consecuencia, de acuerdo con lo que se quiera contar se usará un estilo narrativo y descriptivo.

#### **Periodismo transmedia:**

El acceso a internet y el uso de dispositivos móviles, han modificado por completo la manera de comunicarnos e informarnos, por lo que el periodismo ha tenido que adaptarse a los cambios y convertirse en el periodismo transmedia. Es una forma de periodismo que contempla al mismo tiempo, distintos medios, para una infinidad de usuarios (Porto y Flores, 2016). Una de sus principales ventajas es que permite a más público poder conectarse e informarse sobre noticias en las que en un primer momento no estaba interesados, especialmente a los jóvenes. Según el portal web *La universidad en Internet*, las características principales son:

- **Multicanal:** La información se puede transmitir mediante varios canales, como: redes sociales, canales de Youtube de los canales de televisión, página web de algún medio.
- **Interacción:** La audiencia no es pasiva, juega un papel clave al expresar sus opiniones.
- **Inmediatez:** Es una de las características principales del periodismo transmedia, aunque en ocasiones sale a flote la falta de objetividad e información no constatada.
- **Lenguaje propio:** Todo contenido plasmado en distintos dispositivos, tienen su propio lenguaje.

### **El periodismo deportivo:**

El Periodismo deportivo nace y se consolida a finales del siglo XIX y principios del siglo XX cuando el deporte empieza a concebirse como una parte importante y fundamental para la salud y otros aspectos (Rocha, 2015). Así mismo, se fue dando gracias a la industrialización, la urbanización y a la cultura de masas, esto ocasionó que los escenarios deportivos crezcan y con ello, atraigan la atención de cada vez más público.

Los eventos deportivos comenzaron a realizarse de manera profesional, ya que en sus inicios solo se realizaban deportes esporádicamente. Así es como los medios se vieron en la obligación de cubrir estos eventos tanto en la radio como en la prensa y exigieron una mayor especialización en el manejo de la información. Allí inicio una nueva etapa del periodismo deportivo, en la cual no solo se debía informar de manera superficial, sino entender, profundizar y analizar lo que se iba a transmitir al público.

Actualmente, el periodismo deportivo se define como la forma de periodismo que informa sobre los certámenes deportivos y deportes de interés nacional e internacional. Es un elemento esencial en el periodismo y ha tenido un gran crecimiento en medida que el deporte también se ha convertido en una potencia económica e influye en grandes masas. Sobresale como una modalidad informativa de alto impacto social. Al mismo tiempo, atraviesa un momento de expansión, innovación y dinamismo (Rojas, 2014).

Los medios de comunicación que tocan temas netamente deportivos se caracterizan por ser distintos de acuerdo con los diseños, los relatos se diferencian por su peculiar manera de decirlo y ha como se presenta la noticia. Normalmente se centran en

torneos y competencias nacionales e internacionales de diversas disciplinas como el fútbol, básquet, vóley, atletismo, natación, etcétera. (Ucha, 2015). Sin embargo, el fútbol desde los inicios del periodismo deportivo hasta la actualidad ha sido la disciplina que recibe la mayor parte de atención en los medios.

### **El periodismo deportivo en el Perú:**

En el Perú, el periodismo deportivo es una de las ramas más importantes y que genera mayor interés en el público. Esto ha ocasionado que los medios tradicionales adapten su contenido y se muestren con más rapidez todos los contenidos periodísticos, siendo claves para mantenerse vigentes, sumado a la creación de los portales digitales, el trabajo de los periodistas ha crecido, ya que ahora pueden publicar información deportiva en las redes sociales de los medios de comunicación, viralizándose de manera inmediata y teniendo mayor interacción con los seguidores. Así mismo, este crecimiento ha sido tanto que ya no solo se centran en un solo deporte de algún equipo nacional sino también la información deportiva a nivel global.

### **El presentador y la noticia:**

A diferencia del periodista generalista, el rol del periodista deportivo es emitir una opinión con mayor libertad. Según la RAE el rol es una función que alguien desempeña. Funciones que son atribuidas a una persona que actúa de acuerdo con un conjunto de pautas (Significados, 2021). El rol social es aquel que está determinado por un conjunto de pautas impuestas por la sociedad, ellos deben ser respetados para que los individuos no sean rechazados o excluidos por su grupo social. Así mismo, se define como el rol de género a un conjunto de normas y comportamientos de las cuales se espera que el hombre y la mujer cumplan para que la sociedad determine lo que es la masculinidad y la feminidad.

El periodismo deportivo ha pasado por diversos cambios y los profesionales se han tenido que ir adaptando a ellos, los roles que tienen que cumplir son: Recabar información, asegurándose de la veracidad de las fuentes. Transmitir información, de acuerdo con el medio en el que se encuentra, varía el estilo de informar. Opinar, teniendo un gran conocimiento especializado para fidelizar a los seguidores. Interactuar con la audiencia, con el crecimiento de las redes sociales, los medios han implementado contar con las sugerencias de los seguidores mediante los comentarios.

El periodismo deportivo actual se caracteriza por ser más versátil, los periodistas deportivos saben desenvolverse en los diversos géneros periodísticos. El periodista debe manejar diversas ramas dentro de esta carrera. Ya que, lo que caracteriza a un periodista deportivo es la calidad para redactar, el tener criterio al brindar la información, el saber cómo manejar una primicia y conocer muy bien el deporte en el cual se va a enfocar. Antiguamente los periodistas solo se especializaban en un solo rubro, ahora los periodistas tienen gran manejo de los medios audiovisuales, buena locución y redacción, pueden ser profesionales eficientes dentro de cualquier trabajo en los medios.

### **El lenguaje en el periodismo deportivo:**

El lenguaje como concepto según INENKA *Business School* (España, 2020), es el medio de comunicación más eficaz para relacionarnos y obtener más información. Los seres humanos siempre tenemos el deseo de estar informados y los medios de comunicación son los canales más adecuados para cumplir estas expectativas, por ello, el lenguaje periodístico está caracterizado para cumplir esta función.

Respecto a ello, el lenguaje periodístico consiste en seleccionar datos y tener una idea clara de lo que quiere transmitir, se requiere un lenguaje informativo para facilitar la comprensión de manera inmediata. Este tipo de lenguaje se caracteriza por ser: Claro, que contenga estructuras gramaticales simples. Sencillo, para llegar a más público. Coherente, que no se desligue de la idea central.

El lenguaje que se utiliza en el periodismo deportivo tiende a tener una característica especial, ya que, aunque parezca una de las ramas más simples del periodismo, los profesionales de este rubro requieren conocer un vocabulario especial para cada deporte del cual van a hablar. Así mismo, poner un estilo propio y ser originales, manteniendo un discurso accesible para el público, sin caer en la exageración, coloquialismos e impropiedades. Teniendo claro la importancia de transmitir una buena información.

### **La mujer en el periodismo deportivo:**

Desde el siglo XX, las mujeres también se veían interesadas en formar parte del periodismo, a pesar de todas las trabas sociales y aislamientos a las que se veían sometidas en esa época. Para la pionera del reportero encubierto y activista Magda Donato, era muy importante que la mirada masculina pueda ampliarse y así se pueda incorporar y reconocer a las mujeres en la prensa. En su sección “Femeninas” en el diario “El Imparcial”, (España, 1968) expresaba todo lo que las

mujeres tenían que pasar para conseguir entrar a algún medio, describiendo que primero tenían que salir de un espacio privado el cual se le asignaba a cada una, para luego poder estar en espacios públicos y finalmente llegar a las redacciones. “Había que salir de lo marginal para hacerse un hueco en los medios”, expresó Magda Donato.

Según Espinoza y Vargas (2005), a través de los años, las mujeres periodistas han afrontado grandes dificultades para desempeñarse en el mundo deportivo, la inclusión de la mujer en este género fue bastante difícil, hoy en día tienen que lidiar con las barreras históricas para poder seguir creciendo con una audiencia que por lo general es masculina. El periodismo deportivo se ha conocido como un género periodístico manejado por hombres, ya que ellos eran los que practicaban normalmente los deportes y por ende los que conocían más del tema. En los últimos años la mujer también se desempeña como deportistas y al igual que los hombres, saben desenvolverse en el periodismo deportivo. Sin embargo, las mujeres aún se enfrentan al prejuicio y duda del público (Fernández, 2015).

A lo largo de la historia es socialmente reconocido que las mujeres han padecido laboralmente un trato discriminatorio, generando situaciones complicadas en un trato igualitario en la sociedad, ya sea por su dedicación profesional o por el mero hecho de ser mujer. Ahora si hablamos del mundo deportivo esto se hace aún más evidente, ya que este ámbito está generalmente ligado a los hombres. Además como se ha mencionado antes, el deporte ha sido considerado tradicionalmente una actividad varonil (Fumero, 2016, p.7).

En los últimos 15 años se ha notado algún avance en la sociedad con respecto a la mujer periodista, pero el público todavía no contempla a la mujer desempeñando labores relacionadas en el periodismo deportivo. Hay una escasez de mujeres periodistas especializadas, ya que su presencia se reduce normalmente a los deportes considerados femeninos (gimnasia fundamentalmente) y a los pequeños bloques informativos, en la revistas especializadas y de ocio, dedicados a mantenerse en forma fitness (Fernández, 2015, p.7).

### **Los roles de la mujer en el periodismo deportivo:**

Mediante un seguimiento realizado por el Proyecto de Monitoreo Global de Medios hasta el año 2015, se evidenció un incremento de 3% en la participación femenina en los espacios periodísticos. Sin embargo, solo se encargan de redactar las noticias y

narrar algunos relatos o tuits en el programa de periodismo deportivo (GMMP, 2015). Sin embargo, Cardona (2020), señala que el periodista, varón o mujer, desempeña diversos roles, como:

- Rol de diseminador, es un observador desapegado.
- Rol intervencionista, proporciona análisis, influye en la opinión pública, defiende un punto de vista particular
- Rol de *whatchdog*, actúa como como perro guardián de la sociedad.
- Rol de facilitador leal, el periodista se encarga de defender valores nacionales.
- Rol de servidor, se caracteriza por asesorar y proporcionar información interesante al público.
- Rol de entretener, mostrar noticias que atraigan más audiencia.
- El rol cívico, es el periodista que busca educar a la audiencia, promover la tolerancia, diversidad cultural y defender el cambio social.

Además, hay funciones y desempeños que Willnat, Weaver y Wilhoit (2017), que definen como y que se adecuan a la naturaleza de los programas deportivos como:

- Función interpretativa: investigar, discutir y proporcionar análisis.
- Función de movilizador popular: desarrollar intereses culturales, permitir expresar diversos puntos de vista, señalar soluciones.
- Función de confrontación: actúa como adversario de información negativa.
- Función de diseminador: llevar información al público rápidamente, evitar información sin verificar, proporcionar entretenimiento.

Se identifica entonces que el periodista tiene la tarea de cuestionar, interpretar, analizar y poner en contexto todos los temas ante la sociedad. Los tipos de periodismo que se estudian en los roles son: el periodismo agresivo, periodismo de vigilancia, periodismo de opinión, periodismo de investigación y periodismo público. Así mismo, Mellado (2016), estudia las seis dimensiones del desempeño del rol del periodista presentadas anteriormente, enfocándose en su postura y dominio. La cual busca aclarar la forma en la que se pone en práctica los roles periodísticos de acuerdo con la realización de las noticias.

**Imagen o intelecto: las dos vertientes de la percepción de la mujer en el periodismo deportivo:**

Los medios de comunicación intentan llegar al público dando una imagen de la mujer libre y moderna, ya que la mayoría de las periodistas son jóvenes, atractivas y suelen tener una presencia llamativa que capta la atención de la audiencia. Por ello, se pone al descubierto una vertiente erótico-sexual, el cual hace que se vea como un objeto de uso para el hombre, lamentablemente estos mensajes obligan a las mujeres a asumir un papel más sexual para complacer al hombre. Así mismo, el modelo de una mujer en los medios se percibe como delgada, esta forma de imagen de la mujer va de la mano con nuestra sociedad consumista (Márquez y Jáuregui, 2006).

En el país, los medios de comunicación tienden a proyectar una imagen de las mujeres inferior a la de los hombres, apelando que solo están frente a este medio por su figura, no por sus conocimientos o por lo profesionales que puedan ser. Muchas veces el público percibe a la mujer como personas incapaces de entender, narrar o emitir una opinión válida sobre algún deporte por el simple hecho de ser mujeres o por tratar de satisfacer los deseos de la teleaudiencia que en su mayoría es masculina. La mujer no sólo es un objeto sexual en el programa, sino que se encuentra discriminada ya que solo le otorgan temas intrascendentes que muestran la inferioridad en la que ella se encuentra frente a los conductores del programa. Están expuestas a todo tipo de groserías por parte de sus propios compañeros. No suelen participar en temas de interés e incluso suelen convertirse en objeto de burla del programa (Fumero, 2016, p.19).

### **Limitaciones de la mujer en el periodismo deportivo:**

Las mujeres en la actualidad continúan enfrentando los estragos del machismo en los diferentes ámbitos sociales, cumpliendo un rol determinado por las conductas consideradas socialmente adecuadas para este sexo que son a su vez la manifestación pública de la percepción de su rol en la sociedad. Se define como rol a la ciencia que estudia el comportamiento humano, este puede cambiar a lo largo de la vida y están sujetos a los atributos sociales (Fernández, 2015). A nivel mundial, la mujer desempeña principalmente cuatro roles importantes: madre, cónyuge, administradora del hogar y profesional trabajadora (Ruiz, 2019). Según Pérez Porto (2008), la percepción de aquellas impresiones o sensaciones que se tiene sobre el rol de la mujer son aprendidas y adquiridas por nuestro mismo entorno sociocultural.

Otro de los puntos en contra, es que si bien la mujer ejerce su carrera como periodista deportiva, la gran mayoría no está registrada en círculos o asociaciones de periodistas deportivos que, entre sus funciones específicas está velar por su participación e



inclusiva en la rama. Según el socio del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú, Martín Fernández (2021), no todas las periodistas deportivas pertenecen al Círculo de Periodistas del Perú, presume que solo un 20% o menos de mujeres periodistas están inscritas allí.

Esta superioridad masculina se puede observar actualmente en los programas deportivos nacionales, donde aunque se intenta tener una mayor presencia femenina en el periodismo deportivo, aun no se ha llegado a una equidad.

### **Estereotipos:**

Los estereotipos son una selección de características de algún grupo social determinante a base de prejuicios, los cuales difunden esto como modelo para ser aceptadas e influir en la percepción de la sociedad (Sedano, 2021). Los estereotipos se asumen como parte de la cotidianidad, como forma natural de la mente humana, aunque normalmente se aplica de manera negativa. La problemática inicia cuando los estereotipos sustituyen e impiden conocer la realidad de los individuos (Concepto.pe). Según la Oficina de la Alta Comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (2019), estereotipo de género es “la idea generalizada o preconcepción imperante sobre los atributos y las características que se espera deben poseer las mujeres y los hombres, y sobre los roles que se espera que deben desempeñar los hombres y las mujeres”.

### **Estereotipos de belleza femenina:**

La belleza es una construcción social establecida por la sociedad. La belleza femenina debe cumplir con estos cánones de belleza, todas las sociedades mantienen acuerdos sobre lo que les parece atractivo y lo que no. Esto ocasiona que los individuos sean juzgados de manera superficial basándose en estos determinados estereotipos (Juan Orrellana, 2016).

Según Carabí y Segarra (2013), el concepto de belleza femenina no es solo una cuestión estética, sino política, está subordinada desde hace muchos años al poder masculino. Esto ha ocasionado que la mujer persista en su estatus inferior, sometida al culto de la belleza ideal y apartada de intereses relevantes para su propio desarrollo. Para Villanueva (2013), el estereotipo de belleza alude a una serie de características físicas que forman parte de alguien; a los que la sociedad somete a un juicio, definiendo como estético o antiestético según su criterio, gusto, pertenencia sociocultural y razonamiento. Si se habla del estereotipo de belleza femenina, hace



referencia a características físicas que posee el sexo femenino, las cuales cada sociedad o comunidad considera estéticas o no dado que obedecen a su ideal de belleza.

De acuerdo con García y García (2004) y Espín (2006), los estereotipos femeninos más significativos son los siguientes:

- La mujer tradicional: es madre y esposa; por lo tanto, cocinar, limpiar, dar de comer a los niños y ser buena compañera, son sus actividades primordiales puesto que es considerada la mejor para estas labores.
- La mujer erótica o sexual: es bella, pasiva y sensual, se muestra como una garantía sexual para el varón.
- La mujer encantadora: tiene la función de seducir al hombre con su “elegancia y belleza”.
- La mujer bella: es aquella que posee un cuerpo y rostro (sin arrugas y cutis impecable) perfecto. Normalmente es joven, delgada y de raza caucásica.
- La mujer profesional: es aquella que cumple con las demandas asignadas a la mujer actual. Se muestra a una mujer que desempeña un empleo remunerado excluyendo los quehaceres del hogar y la maternidad.
- La mujer moderna: es independiente, especialmente joven, con carácter fuerte y autónomo, interesada en su crecimiento personal como objetivo de vida. En otras ocasiones, también desea verse guapa para ella misma y sabe de tecnología.

Actualmente, los estereotipos femeninos los imponen las presentadoras de televisión, modelos, estrellas de cine e *influencers*. Según Ortiz (2013), el modelo dominante de belleza alude a un cuerpo sano, estilizado, joven y sobre todo blanco. La imagen de la mujer delgada siempre ha sido de gran impacto.

#### **Estereotipos que la televisión refuerza:**

Según un sondeo de opinión denominado “El rol de los medios en la prevención de la violencia de género”, desarrollado del 11 al 25 de julio por Calandria (2021), el estereotipo que tienen los programas informativos o de entrenamientos, refuerza de manera negativa los estereotipos del público son los siguientes:

- El esposo deber ser el jefe del hogar y quien representa a la familia.
- La mujeres deben posponer sus sueños hasta después de convertirse en madres o esposas.
- Las mujeres deben ser castigadas si descuidan a sus hijos.

- El esposo es quien debe tomar las decisiones más importantes en el hogar.
- Las mujeres siempre deben ceder para evitar discusiones con el hombre.

### **La violencia en discurso de los medios de comunicación:**

Según el monitoreo de medios por el feminicidio desarrollado por ConcorTV, en la estrategia que usan el tratamiento informativo de los medios de comunicación en relación a la violencia y los feminicidios, muestran estas cifras: 19.8% naturalizan la violencia contra la mujer. 18.2% espectaculariza la violencia contra la mujer. 12.5% justifican el feminicidio desde el punto de vista del feminicida. 6.8% desvalorizan a la mujer. 5.7% relativizan la violencia contra la mujer. 2.6% justifican el feminicidio desde el punto de vista de la víctima.

### **Radio Exitosa:**

Radio Exitosa comenzó sus transmisiones en el 2006, en la ciudad de Chiclayo con el nombre “La Exitosa”, en el 2010 comenzó a transmitirse a través de los 95.5 FM como su frecuencia oficial, actualmente también se transmite en el canal 15, a través de la página oficial de Facebook Exitosa y mediante la señal Digital 6.1. En el año 2013, se convirtió en un medio netamente informativo y actualmente es la multiplataforma informativa más representativa a nivel nacional, pues según el estudio del diario La República, Exitosa registra 2.95 millones de escuchas a la semana en promedio. El programa deportivo Exitosa Deportes habla netamente sobre fútbol y se transmite de lunes a sábados de 2 a 4 pm y de 7 a 9 de la noche (Exitosa noticias, 2021). El periodismo multiplataforma es una manera de mostrar información mezclan el texto, imágenes, sonido, video y animación (Allison Sojos, 2019).

### **Antecedentes:**

Peschiera (2016), en su tesis titulada *El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo*, analizó las condiciones, las dificultades y los retos que enfrenta la mujer para laborar en este campo de la comunicación. Utilizó el método cualitativo, observando la parte *mass media* que contiene información deportiva. Llegando a la conclusión de que la incursión de la mujer en el periodismo deportivo no ha sido sencilla, durante muchos años han venido peleando para demostrar sus habilidades, conocimientos, destrezas y actualmente ya se puede observar la presencia femenina en los medios masivos como emisoras radiales, diarios, programas televisivos, etc.

Pedraza (2012), en su tesis titulada *Las mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes*, planteó el problema de la presencia y las dificultades que ha tenido la mujer dentro del periodismo deportivo, comparó su relevancia dentro de este medio de comunicación, analizó diversos campos televisivos, comentaristas deportivos, técnicos, dirigentes de los máximos organismos deportivos, etc. Todos estos puestos están ocupados por varones. La conclusión principal es que es muy evidente el dominio masculino en el ámbito deportivo, mantenimiento estos estereotipos: hombre-fortaleza, mujer-delicadeza. Sin embargo, se quiere lograr la equidad por la que se ha venido luchando y así la mujer tenga la misma participación y oportunidades que el hombre en el ámbito deportivo.

Gutiérrez (2016) en su trabajo de fin de grado titulado *Periodismo deportivo. El papel secundario de la mujer periodista*, buscó definir la relación que existe entre la mujer periodista y los contenidos que ella transmite, determinando si se tratan de contenidos de mayor o menor interés para la audiencia y el espacio con el que cuentan para las informaciones. Para ello han realizado una investigación exploratoria, partiendo de un estudio de observación a los medios de comunicación que habían seleccionado, observaron el número de mujeres que aparecen en cada programa y analizaron la información que transmiten. La conclusión a la que llegaron fue que la cantidad de mujeres que participan en esos programas es inferior a la cantidad hombres, llega a ser casi inexistente. E incluso las pocas periodistas femeninas que aparecen tienen como único objetivo realizar comentarios de corta duración en momentos puntuales.

Ramírez y Restrepo (2018) en su tesis titulada *El rol de la mujer: una perspectiva sociocultural en el fenómeno del fútbol*, buscaron comprender los roles de la mujer en el mundo del fútbol y las concepciones sobre lo femenino y lo masculino. Para ello, optaron por un método cualitativo, aplicando las entrevistas y la información se recopiló a través de entrevistas abiertas y se registró por medio de observación en un diario de campo. Como principal conclusión obtuvieron evidencia de la inclusión femenina en el mundo del fútbol; sin embargo, se constató que, en otros ámbitos de este deporte, la mujer sigue siendo puesta en un segundo plano.

La radio uno de los medios masivos más influyentes en nuestro país, es donde más se ve esta problemática difícil de erradicar. En diversos programas deportivos radiales como: “Exitosa deportes”, “Capital deportes”, “Fox sport Perú” y más, se puede

observar que no existe prácticamente la presencia femenina o al menos su participación es nula.

Tabla 1

*Presencia de la mujer en los programas deportivos.*

<b>Canal</b>	<b>Programa</b>	<b>Conductores</b>
Gol Perú	10 x 10	+ Giancarlo Granda. + Carolina Salvatore. + Sergio Moreno.
	Código fútbol	+ Milena Merino. + Maximiliano Mendaña. + Jorge Kieffer.
	Once ideal	+ Maximiliano Mendaña. + Karla Chocano. + Vicente Cisneros.
	Viva fútbol	+ Ana Lucía Rodríguez. + Nair Aliaga. + Alexandra del Solar.
	Gol Perú Noticias	+ Maximiliano Mendaña. + Bruno Ginocchio.
	La entrevista	+ Elo Bengoechea.
	Zona fútbol	+ Julián Fernández. + Bruno Ginocchio.
	Gol Perú Noticias	+ Bruno Ginocchio. + Sergio Moreno.
	Charlas de cuarentena	+ Roberto Drago.
	Futbología	+ Nair Aliaga. + Christian Wagner.
	Gol Perú Noticias	+ Julián Fernández. + Karla Chocano.

Panamericana	Teledeportes	+ Omar Ruiz. + Raúl Romero.
América	Fútbol en América	+ Oscar del Portal. + Erick Osoros. + Richard de la Piedra.
ATV	El deportivo en otra cancha	+ Paco Bazán.
Exitosa deportes	Exitosa deportes	+ Gonzalo Núñez. + Oscar Paz. + Silvio Valencia.
Tv Perú	Todo fútbol	+ Luis Trisano. + Roberto Palacios. + Puchungo Yáñez. + Elejalder Godos. + Miguel López.
	Tv Perú deportes	+ Luis Tristano. + Elejalder Godos. + Miguel López.
	En pared	+ Luis Tristano. + Joanna Boloña.
Movistar deportes	Zona mixta	+ Janet Sosa. + Horacio Zummerman.
	Al ángulo	+ Franco Cabera. + Michael Succar. + Pedro García. + José Chavarri. + Ramón Quiroga.
	El camerino	+ Luciana Roy. + Daniel Marquina.
	Zona mixta	+ Michael Succar. + Daniela Fernández.
Latina	Chapa tus tabas	+ Steve Romero.

		+ Romina Vignolo.
	Latina Deportes	+ Fernando Egusquiza. + Jorge Ágapo Gonzales. + Sergio Ibarra.

Fuente: Elaboración propia, Leonela Andía (2021).

Debido a esta situación, surgen las siguientes interrogantes: ¿Cuál es la idea que tiene el público sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo?, ¿Qué opinan sobre el desempeño de la mujer en este ámbito laboral?, ¿Cómo se sienten respecto a la información que se transmite en estos programas?

## I.2. Formulación del problema

¿Cuál es la percepción del público respecto al rol de la mujer en el programa deportivo Exitosa Deportes?

## I.3. Objetivos

### I.3.1. Objetivo general

Determinar qué tipo de percepción predomina respecto al rol de la mujer en el programa deportivo Exitosa Deportes.

### I.3.2. Objetivos específicos

- Describir la percepción del público sobre la imagen de la mujer en el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes.
- Analizar la percepción del público sobre el discurso de la mujer en el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes.
- Detallar la percepción del público sobre el desenvolvimiento humano y profesional de la mujer en el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes.

## I.4. Justificación

**Justificación social:** la presente investigación busca generar un cambio de aptitud, respeto a la valoración de las mujeres que se dedican al periodismo deportivo, quienes son expuestas a situaciones discriminatorias y machistas en los espacios periodísticos y en redes sociales.

**Justificación académica:** la presente investigación busca mejorar el ejercicio del periodismo deportivo evidenciando una de sus debilidades: el entorno discursivo y cultural entre los presentadores de los espacios periodísticos reflejando, también, la

falta de compromiso de los medios de comunicación por brindar más espacios a la mujer para un mejor desarrollo profesional y humano.

**Justificación temática:** la autora de la investigación decidió estudiar la percepción sobre el rol de la mujer en el programa de periodismo deportivo “Exitosa Deportes”, porque es uno de los programas más representativos en el rubro del periodismo deportivo y el que más polémica ha desatado con respecto al trato, los comentarios machistas, el léxico inadecuado que manejan y la participación intrascendente que tiene la mujer en sus programas, no solo con las conductoras que estuvieron, sino también con cualquier invitada a dicho programa. En una encuesta realizada por CPI (Cadena peruana de investigación), reveló que Radio Exitosa ocupaba el quinto lugar en sintonía a nivel nacional. Según el estudio Exitosa registra 2.95 millones de escuchas a la semana en promedio, especialmente de gente de 36 a 55 años en adelante.

## I.5. Hipótesis

### I.6. Hipótesis general

El público que consume el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes, (en radio y redes sociales) valora a la mujer desde una percepción social como un elemento secundario y estereotipado (inferior respeto a su real dimensión: valor humano y profesional). Esta es una percepción errónea ya que no se consideran los roles del periodismo, vertebrales y esenciales en cualquier género periodístico.

### Hipótesis específicas

- El público percibe que la imagen de la mujer en el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes, es secundaria (Presencia física – estereotipo de belleza –elemento de atracción de audiencias) e inferior a la del hombre (co-conductores)
- El público percibe que el desempeño profesional (rol de analista y especialista) en el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes es deficiente porque no representa el rol de líder ni de experta.
- Se percibe que los varones (co-conductores) limitan la participación de la mujer en el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes, al referirse a ella con un lenguaje grotesco, informal y acosador.

## ▪ CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

En el presente estudio se utilizó el método de tipo cualitativo. El enfoque cualitativo es considerado una recolección de información, basado en la observación de las conductas, creencias, experiencias e ideologías. Este método no solo descubre una información, sino que también construye nuevas ideas, en base a la información obtenida. Así mismo, muestran la importancia de alcanzar una articulación lógica entre el enfoque conceptual, el problema de investigación y la estrategia metodológica (Denzin y Lincoln, 2005). El propósito de todo investigador cualitativo es lograr una comprensión profunda de los fenómenos que procura estudiar (Maxwell, 1996).

El enfoque cualitativo se centra en la expansión de la información, se pueden desarrollar diversas hipótesis antes, durante o después de la recolección de dato (Hernández, 2014).

Figura 1:



Es Cualitativa - descriptiva, Correlacional – no experimental transversal. La presente investigación es transversal porque se realiza en un periodo determinado. Según Hernández (2014), el propósito de la investigación transversal es “describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.154). Por otro lado, también es correlacional debido a que se busca identificar cómo la percepción determinar la valoración (opiniones y comentarios) sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo *et al.* (2014) mencionan que el estudio correlacional tiene



como objetivo conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular.

## **2.2. Población y muestra**

En la presente investigación, la población elegida para realizar el *focus group* está conformada por 16 participantes en total, por hombres y mujeres entre 18 a 28 años, que vivan en Lima, especialmente en el cono norte, que sintonizan los programas deportivos o han escuchado programas radiales deportivos, en especial el programa de “Exitosa Deportes” y que tengan conocimientos básicos sobre el periodismo deportivo. Así mismo, se eligió a dos periodistas de experiencia, con disponibilidad de tiempo para que pueda brindar la entrevista y dispuestos a contribuir a la realización de la investigación. Por ello, se trata de un muestreo no probabilístico por conveniencia.

## **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

Las técnicas e instrumentos son esenciales para definir cómo se va a recolectar la información. Así mismo, deben estar enlazadas con los objetivos e hipótesis de la investigación para que no se obtenga información innecesaria (Rojas, 1996). Según Rodríguez (2008), las técnicas son recursos de los cuales se vale el investigador para acercarse más a los hechos y obtener un conocimiento más amplio del tema, acompañándose de los instrumentos los cuales son indispensables para registrar y guardar la información obtenida. Por ello, en la presente investigación se han empleado las técnicas de: observación directa, entrevistas y *focus group*. Y se han utilizado los instrumentos como la ficha de análisis, guía de preguntas y el cuestionario, respectivamente.

- El *focus group* es la técnica de recolección de datos, la cual consta de formular una serie de preguntas en reunir a un grupo de personas para realizarles una entrevista semiestructurada, con un tema definido por el investigador. Cuyo propósito es que puedan surgir o mostrar sus opiniones, actitudes, creencias, reacciones y puntos de vista sobre un determinado tema o problema. Para proceder a la interpretación de todos los datos que se han recopilado (Escobar y Bonilla). Para la realización del *focus group* se ha realizado una guía de preguntas (anexo 2).
- La entrevista según Sabino, (1992): es la forma de interacción social, la cual tiene como objetivo recolectar datos para la investigación. La entrevista

consta de la realización de preguntas, para recolectar información de interés. Tienen como ventaja que la misma persona que está involucrada con el tema de investigación, sea la que cuente su experiencia o su opinión de manera más cercana. Por ello, en la presente investigación, se realizó las entrevistas con una guía de preguntas al periodista Edward Alva y a la periodista Jacqueline Mathwes. (anexo 3).

Las entrevistas realizadas han sido de tipo semi estructurada, en la cual se ha seguido un orden preestablecido de preguntas, entre específicas y generales. Mientras que las preguntas de las entrevistas realizadas han sido abiertas y directas.

- La observación es una de las técnicas más antiguas, cuya acción es mirar detenidamente un conjunto de datos o fenómenos (Parnidas, 2005). La observación directa es cuando el investigador forma parte de manera activa del grupo el cual se está investigando, esta técnica permite conocer la realidad directa de los objetivos. Para la presente investigación se empleó una ficha de elaboración propia, en la cual se plasmaron datos del 12 de diciembre del 2019 hasta el 2021.

El programa radial de “Exitosa deportes” tuvo como imagen principal a la periodista Alexandra Hörler junto al también periodista, Gonzalo Núñez, pero lamentablemente su estadía en el programa fue corta, porque la periodista sufría de constantes faltas de respeto y frases machistas por parte de su compañero, haciendo alusión a algunas partes de su cuerpo y minimizando siempre sus comentarios. El periodo de análisis de la presente investigación inicialmente se realizó desde el 18 de noviembre del 2019 (el día que ingreso al programa la periodista Alexandra Holler) y culminó en el año 2021 analizando el desempeño de la conductora Shantal Ordoñez en el programa Exitosa Deportes.

Este programa no solo es emitido vía Radio Exitosa, también es proyectado por televisión y todos los programas quedan registrados en su página de Facebook, poniendo más en evidencia el constante acoso al que se veía expuesta la periodista Alexandra Hörler, frases subidas de tono, faltas de respeto y el léxico hostigante y machista que utilizan los periodistas que las acompañan.

#### **2.4. Procedimiento**

Para la presente investigación se realizaron dos *focus group*, cada uno integrado por ocho personas, los participantes fueron convocados mediante una reunión de video *zoom* por teléfono, cada reunión tuvo una duración de al menos una hora. Se aplicó una guía de preguntas, el cual estuvo conformado por 10 preguntas, tomando en cuenta:

- Aspectos generales sobre el periodismo deportivo.
- Características de programas deportivos.
- Problemática de género en el periodismo deportivo.

En los aspectos éticos, se consideró los siguientes criterios:

- Se ha utilizado el manual APA.
- Los entrevistados han sido informados sobre el tema.
- Se ha sido transparente y objetivo durante toda la investigación.

También observación directa del programa Exitosa Deportes, desde el 12 de diciembre del 2019, hasta el 10 de marzo del 2020, para analizar el contenido y discurso del programa en donde tuvo participación la periodista Alexandra Holler. Así mismo, se analizó los comentarios del público en sus redes sociales, en los mismos programas analizados en la observación directa, para conocer cuál era su percepción sobre el desenvolvimiento de la periodista Alexandra Holler.

Por último, se aplicó dos entrevistas telefónicas a dos expertos Edward Alva y Jacqueline Mathwes, se empleó una guía de preguntas abiertas y directas, para conocer su perspectiva del tema: ¿Es adecuada y justa la forma en que se percibe el rol de la mujer en el periodismo deportivo?

Los instrumentos fueron validados por expertos de la carrera de periodismo, a fin de obtener con eficacia los resultados.

Para la realización de la presente tesis se tomó en cuenta los siguientes pasos:

- Observar y escuchar el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes.
- Observar los comentarios del público en las redes sociales del programa Exitosa Deportes.

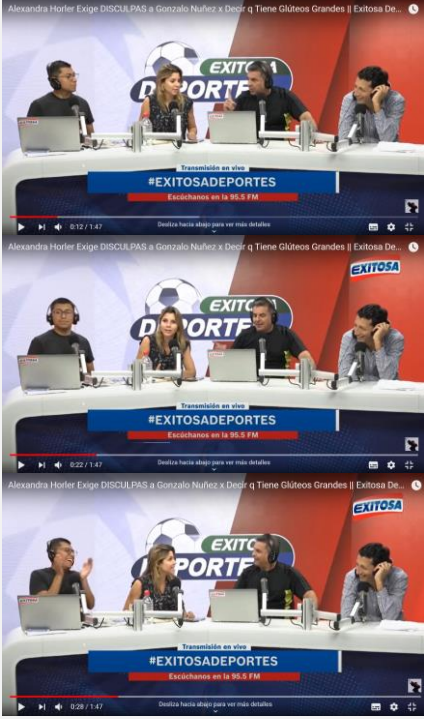
- Analizar el comportamiento de los conductores.
- Realizar dos *focus group*, dividiendo a la muestra en dos grupos más reducidos.
- Interpretar la información obtenida mediante el instrumento ya mencionado, el cual es la guía de preguntas.
- Realizar entrevistas a dos expertos en periodismo deportivo.

### ▪ CAPÍTULO III. RESULTADOS

Observación directa 1 A: análisis del discurso – interacción entre conductores.

Tabla 2

*Descripción del programa “Exitosa Deportes”.*

Fecha	Descripción	Imagen
19/12/2019	<p><b>Gonzalo Núñez:</b> Ya sabes esto Alexandra, las personas deben ejercitar el glúteo.</p> <p><b>Alexandra Hörler:</b> ¿Y por qué me dices eso a mí?</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> El glúteo mayor.</p> <p><b>Alexandra Hörler:</b> Ya, pero ¿por qué me dices eso a mí?</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Escucha pues, todos los músculos.</p> <p><b>Alexandra Hörler:</b> Ejercítense ustedes sus glúteos pues.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> El músculo semimembranoso, el semitentanoso, el bíceps a femoral.</p> <p><b>Alexandra Hörler:</b> Lo que tiene que aguantar una.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Oye, pero no te piques si tú tienes unos glúteosos.</p> <p><b>Alexandra Hörler:</b> ¡Caramba, respétame oye, estamos al aire, en vivo! Respeta.</p> <p>(Se escuchan las risas de los compañeros)</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Pero el músculo lo tienes bien desarrollado.</p> <p><b>Alexandra Hörler:</b> ¡No, No! Respeta.</p>	

	<p>Eso es una grosería y una falta de respeto para una mujer, pide disculpas.</p>	
<p>12/02/2020</p>	<p><b>Alexandra Hörler:</b> Porque no te pones de lado de lo que está bien Gonzalo, que manera de no tener una línea definida del bien y el mal, que peligroso que eres.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> El bien y el mal, ¡soy un asesino!</p> <p><b>Alexandra Hörler:</b> Claro, el bien y el mal solo tiene que ver con matar solamente Gonzalo.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> ¡Soy un asesino en serie!</p> <p><b>Alexandra Hörler:</b> Con una persona como tú no se puede conversar, le están pidiendo que cumpla...</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Renuncia pues.</p> <p><b>Alexandra Hörler:</b> Yo no voy a renunciar, porque yo no te faltó el respeto a la gente, no te faltó el respeto a ti, ni vengo a hacer problemas, así que no tengo porque renunciar. Porque estaría el mundo al revés.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Vienes para hacer problemas nada más.</p> <p><b>Alexandra Hörler:</b> No, discutir contigo y decirte las cosas como son, no es hacer problemas (<b>Gonzalo Núñez:</b> si y no puedo defender mi punto de vista), que nadie se atreva a decirte las cosas.</p>	

	<p><b>Gonzalo Núñez:</b> Nadie te puede dar la contra a ti.</p> <p><b>Alexandra Hörler:</b> Dame la contra cuando tengas argumentos, que te guste la informalidad es otra cosa.</p>	
--	---	--

Observación 1 B: análisis del discurso – interacción entre conductores.

Tabla 3



*Participación de Shantall Ordoñez en Exitosa Deportes, bloque para leer comentarios.*

Fecha	Descripción	Imagen
03/05/21	<p><b>Gonzalo Núñez:</b> Hola Shantall, ¿qué tal?, ¿cómo estás?</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Hola buenas tardes.</p> <p><b>Oscar Paz:</b> Me siento en Exitosa sábado.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> ¿Así?, está Shanti contigo ahí.</p> <p><b>Oscar Paz:</b> No, ella tiene su propio canal los sábados.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Oscar también quiere Exitosa sábado, todo quiere.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Todo quiere, ¿no?, es que es bien mañoso ese señor.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Y mejor ahí me detengo.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Súbete,</p>	 <p>Minuto: 1:40:01</p> 





	<p>súbete pues.</p> <p><b>Oscar Paz:</b> ¿Qué pasa Gonzalo?</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Ya, aló buenas tardes, mientras Shanti se sube en la silla.</p>	
	<p><b>Shantall Ordoñez:</b> Yo quiero hacer un stop aquí, los únicos que me han respaldado son Silvio y JPT, ellos dos nada más.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> ¿Yo no te he respaldado?, eso me está doliendo.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Yo siento que soy el reemplazo aquí, algo así.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Eres la suplente dices.</p> <p><b>Oscar Paz:</b> El productor está que habla, habla y no para de hablar.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Shanti pero las cosas se dan así, o sea Caro lo hizo bien, es una buena chica, pero ya no trabaja en la misma empresa, quizás ya encontró algo mejor. Entonces le pedimos a la señora Shanti, la señorita Shantall, que nos acompañe en el bloque y me dice: (imitando su voz)</p>	 <p>Minuto: 1:42:31</p>







	<p>“Yo no soy número dos, que no sé cuánto”.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Bueno, igual yo no he aceptado nada todavía.</p>	
	<p><b>Shantall Ordoñez:</b> La pregunta del día es: ¿Qué equipo clá...?</p> <p><b>Gonzalo Núñez y Oscar Paz:</b> Goooll, golll, del Bilbao.</p> <p>(Shantall se para de la silla para retirarse).</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Shanti, Shanti, ven pues shanti.</p> <p>(Shantall regresa)</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Esta es una actriz.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> ¿Ya puedo continuar?</p>	 <p>Minuto: 1:46:28</p>
	<p><b>Gonzalo Núñez:</b> Saludos para Miguel Moreno, (imita a Shantall), “ay... él si me invita a su programa, no como tú”.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Es que yo soy la primera opción de ellos. Acá no me valoran, es más, ni sé porque estoy acá.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Pero si tú eres mi engreída.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Yo les voy a contar algo, el señor</p>	 <p>Minuto: 1:47:43</p>

	<p>Gonzalo Núñez dice que soy su engreída, pero a todas les dice lo mismo, les dice exactamente lo mismo y lo peor es que cree que yo no me voy a enterar, yo me entero de todo.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Un satélite eres ahora.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Un satélite soy, hasta lo que habla Oscar me entero.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Que es el más chismoso de todos por cierto.</p>	
	<p><b>Shantall Ordoñez:</b> Gonzalo, yo vi tu caída el otro día y yo no me reí, yo me preocupé por ti, más si hubiera podido entraba a levantarte.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Que rico hubiera sido que me levantes, que Shantall me levante.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Ay... Gonzalo, esta no es la silla de Gonzalo, ¿no?</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Lo has dicho tú, no lo he dicho yo.</p>	 <p>Minuto: 1:49:19</p>
	<p><b>Gonzalo Núñez:</b> Shanti tiene que hacer su bloque.</p> <p><b>Oscar Paz:</b> Cuales son las</p>	

	<p>condiciones para que continúes en el bloque de aquí en adelante.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Habrá que conversarlo por interno y fijar los puntos pues, más unos masajes porque JPT tiene unas manos mágicas. (cuando quieras mi amor, escucha de fondo).</p>	
<p>11/05/2021</p>	<p><b>Gonzalo Núñez:</b> Shanti, shanti, la pantera rosa en acción bella y hermosa, la pantera rosa. Silvio ponte tu triple mascarilla para el cambio de equipo.</p> <p><b>Oscar Paz:</b> Hoy su bloque tiene 15 minutos.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Hola Shanti, ¿cómo estás?</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Buenas tardes Gonza, Osquitar, Silvio JPT.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Bien por ahora sin covid.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Que bueno, ni a mí, ni a nadie de mi familia le ha dado.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Ya está la pregunta en mi <i>twitter</i>.</p>	 <p>Minuto: 1:40:42</p>

	<p><b>Gonzalo Núñez:</b> sácame de dudas, ese vestido es palo rosa o medio rosado.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Este es un palo rosa, si fuera rosado sería un color pastel.</p> <p><b>Oscar Paz:</b> Claro, el rosado tiene otra tonalidas.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> “Gonzalo es un pastelero, como le gusta el pastel”, la gente es rapidísima haciendo esas cosas”. Especula la gente.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Bueno la gente puede especular.</p>	 <p>Minuto: 1:45:35</p>
	<p><b>Gonzalo Núñez:</b> ¿Quién es tu jugador favorito? ¿Paolo?</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Mmm... te mentiría si te digo que tengo un jugador o equipo favorito. (Fondo musical cumbia)</p> <p><b>Oscar Paz:</b> Ha Shantall le gusta la cumbia.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> A mí la verdad que no me gusta la cumbia, no tengo idea de como se baila.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Pero si vas a una fiesta y justo la chica que te gusta te saca a bailar una cumbia. ¿Qué le</p>	 <p>Minuto: 1:48:43</p>

	<p>dices?</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> No tengo idea de como se baila, pero me pondría a conversar.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> ¿Entonces si aceptas?</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Claro, si me gusta la chica tengo que aceptar y si me dicen que me paro de cabeza, lo hago.</p>	
<p>12/05/21</p>	<p><b>Gonzalo Núñez:</b> Ya Shanti, entra, entra. Hoy ha venido con una falda color ladrillo o que color es para ti Oscar. (mira de reojo la falda)</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Oscar le dice naranja.</p> <p><b>Oscar Paz:</b> Tú si me conoces Shantall.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Eso no es naranja o naranja podrida sería.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Muy buenas tardes a todos, (se escuchan silbidos de fondo). ¿Alguna vez has jugado tutifrutí Gonzalo?</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> ¿Cómo es eso? Que todos se meten con todos.</p> <p><b>Oscar Paz:</b> Noo, Gonzalo que estás hablando.</p>	 <p>Minuto: 1:47:27</p>  <p>Minuto: 1:48:22</p>

	<p><b>Shantall Ordoñez:</b> Es un juego de hace años.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Yo pensé que era una especie de orgia.</p> <p>A mí el juego que más me gusta de todos y sé que lo van a tomar a doble sentido, es el cachito, un vasito con 5 dados.</p>	
	<p><b>Shantall Ordoñez:</b> ¿Se van a quedar todavía o ya se van?</p> <p><b>Oscar Paz:</b> No, tenemos que regresar.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Claro pues, que vamos a hacer hasta las 10 de la noche. Shanti, tú me viste dormir el otro día y me pusiste mi mantita, que buena gente.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Dije que no podían prender el aire acondicionado, sino Gonzalo muere.</p> <p><b>Oscar Paz:</b> Te hizo recordar a tu abuelito.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Me dijo que dormía como un bebé.</p> <p><b>Shantall Ordoñez:</b> Dormía como un bebé, era un tronco.</p> <p><b>Oscar Paz:</b> Cuando los jóvenes vemos a los</p>	 <p>Minuto: 1:54:44</p>  <p>Minuto: 1:55:40</p>

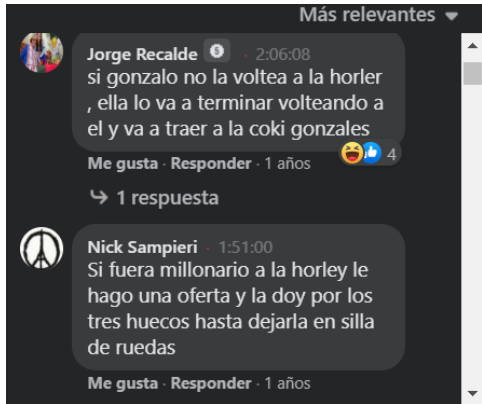
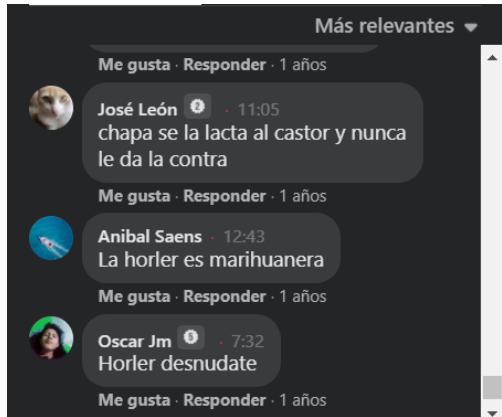
	<p>mayores dormir, nos hacen recordar a nuestros abuelos.</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> Y yo dije: por qué no te conviertes en una bebida y dormimos juntos. (Risas de fondo)</p> <p><b>Gonzalo Núñez:</b> (con voz de mujer) Ay... esto si no te lo permito, no tienen ni principios ni valores.</p>	
--	--	--

Fuente: elaboración propia, Leonela Andia (2021).

Observación 2: análisis de reacciones – percepción social – comentarios

Tabla 4

*Comentarios del público*

 <p>Más relevantes</p> <p><b>Jorge Recalde</b> · 2:06:08 si gonzalo no la volteea a la horler , ella lo va a terminar volteando a el y va a traer a la coki gonzales Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>↳ 1 respuesta</p> <p><b>Nick Sampieri</b> · 1:51:00 Si fuera millonario a la horley le hago una oferta y la doy por los tres huecos hasta dejarla en silla de ruedas Me gusta · Responder · 1 años</p>	 <p>Más relevantes</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>José León</b> · 11:05 chapa se la lacta al castor y nunca le da la contra Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>Anibal Saens</b> · 12:43 La horler es marihuana Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>Oscar Jm</b> · 7:32 Horler desnudate Me gusta · Responder · 1 años</p>
---	--

Programa: 07/02/2020

<p>Pool Pineda Hernandez · 29:49 La horler a vender frutas hermano, a vender unique. En el fútbol no se meta. Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Fredy Jesús · 1:17:40 esos señores no tienen verguenza, de salir con esa cara en vivo puro FEO, la unica la cremita dela Horler. le da elegancia , ah ese trio de FEOS. Me gusta · Responder · 1 años</p>	<p>Giam Leon · 2:14:31 Si jpt no ve como le dio la mano a Oscar Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Alemo Head · 15:22 Sensei: «Las mujeres, a vender fruta...» Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Alemo Head · 30:19 Que aburrido. La Horler no permite la brutalidad. Mejor esta futboleros 2.0 Me gusta · Responder · 1 años</p>
<p>Edwin Paucar · 20:22 Esa línea de 5 no funciona saquen a la Horler.. Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Granados Granados · 56:49 Horler y Silvio que se larguen Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Christian Capcha · 56:46 que regrese el colegita ignorante tambien Me gusta · Responder · 1 años</p>	<p>Más recientes ▾</p> <p>Sonrfe carajo Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Brayan Bill · 1:56:56 La horler a vender verduras en el futbol nosé mefa Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Miguel Angel Correa Chavez · 51:23 La horler en Venezuela seria la empleada.... Que no se vayan nunca las chamas Me gusta · Responder · 1 años</p>
<p>Más relevantes ▾</p> <p>Luis Ángel · 1:03:28 Horler está x su pieza Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Luis Ángel · 2:42:35 Horler está en celo Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Junior Hinojosa Ramos · 2:35:30 Que Rica chamba Me gusta · Responder · 1 años</p>	<p>Más relevantes ▾</p> <p>Luis Romero · 2:10:00 X ver el partido le pagan jaja CSM Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Félix Fral · 2:35 Kiko falopero Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Pa VaGeldres · 31:50 Habla la mujer y el raiting se va abajo Me gusta · Responder · 1 años</p>

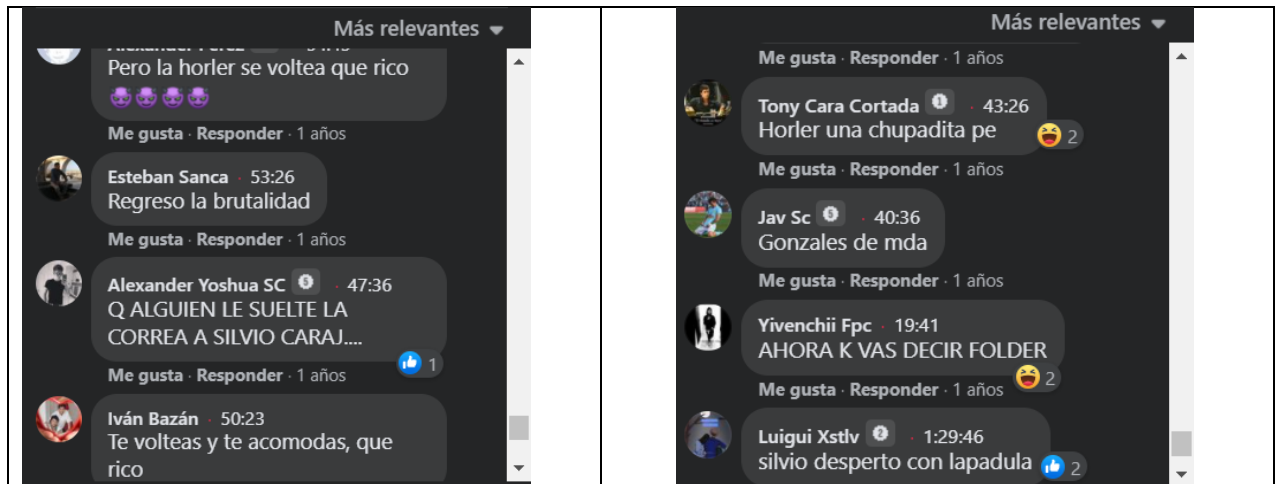
Programa: 26/02/2020



<p>Más relevantes</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Luis Ángel · 1:19:56 Horler se rasca las trompas de falopio</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Luis Ángel · 52:31 Silvio mándala a cocinar a esa ruca</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Perez Carlos · 42:07 Resien les puedo ver fens de</p>	<p>Más recientes</p> <p>Jose Luis Copello Cardenas · 1:35:46 Alexandra calateate están bajando las vistas</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Luis Yari · 1:36:04 Y gonzalo</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Christian MV · 1:35:40 Alexandra 8000, Silvio 5000, Cabroscar 3000</p>
<p>Más relevantes</p> <p>Frank Puma Canaza · 40:51 Sales con tu huevada horler ya déjate de huevadas</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Jin Marcial · 2:28:23 La Horler copiandose los pronósticos del maestro</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Dem Tch Tarazona Chavez · 2:15:30 Garante lata.</p>	<p>Charlie Guillermo Thompson Ortega · 34:40 A la horler ha quedado vtraumada, y esi que el sensei no ha explotado</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Emerson SC · 1:41:00 La horler agarra el lapicero cono si fuera pinga</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p>
<p>Más relevantes</p> <p>Luis Marcos · 7:16 como te volteas sobona</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Luis Marcos · 5:55 silvio tiene presion de hinchada de boys</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Cristian Silva · 1:08:47 Horler x la weva esta ahí dedicate a otra cosa mujer</p>	<p>Más relevantes</p> <p>Juan Victor · 52:18 Horler llamo luciano</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Willy Ludeña · 20:27 Horler lee estos mensajes xeso está asada</p> <p>Me gusta · Responder · 1 años</p> <p>Luis Melgarejo Rocca · 1:23:31 Horler en el fútbol no te metas a vender fruta</p>

Programa: 20/02/2020

<p>Más relevantes ▾</p> <p><b>Juan José</b> · 15:58 horler sobona Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>Cesar CZ</b> · 16:11 A pedido de Gonzalo regresará Mousquera!!!! Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>Pa VaGeldres</b> · 1:08:40 La mujer malogra el programa. Exitosa entiendoee Me gusta · Responder · 1 años</p>	<p>Más relevantes ▾</p> <p><b>Preguntale a backus</b> Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>Luis Ángel</b> · 9:10 Horler que rica papita tienes ummm Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>Christian Alvarado Barzola</b> · 39:29 #YaCallateHorler haga tendencia Me gusta · Responder · 1 años</p>
<p>Más relevantes ▾</p> <p><b>La Horler lo tiene seco al sensei por eso su poca energía</b> Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>Jin Marcial</b> · 58:24 La Horler después de esta radio solo le queda Radio Ritmo Romántica Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>Ciro Carwash</b> · 56:38 La Horler tiene los días contados Hummm Con castor dictador será así 😞 Me gusta · Responder · 1 años</p>	<p>Más relevantes ▾</p> <p><b>Me gusta · Responder · 1 años</b></p> <p><b>Cristian AF</b> · 56:11 Horler, las mujeres a vender fruta, tamales .. pero en el fútbol no se meta.. Me gusta · Responder · 1 años ↳ 1 respuesta</p> <p><b>Ricardo Ttito Noa</b> · 51:27 Es el mes del amor!!! Jajaja Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>As Daniel Aaron</b> · 48:14 Renuncia p renuncia jajaja Me gusta · Responder · 1 años</p>
<p>Programa: 12/02/2020</p>	
<p>Más relevantes ▾</p> <p><b>Josue Ruben Rivera</b> · 17:18 lo veo agazapadito al sensei Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>Eriksson Niels Palpa</b> · 51:55 Respeto a Catalina Folder Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>Luis Ángel</b> · 21:34 LA HORLER ESTÁ CACHONDA Me gusta · Responder · 1 años 😂 1</p> <p><b>Jordan Cesar Berrospi Carrillo</b> · 1:30:56 Xque no convocan a mipichula Me gusta · Responder · 1 años</p>	<p>Más relevantes ▾</p> <p><b>Walt Rex</b> · 1:04:56 Me dio pena horlier se paso gonzalo Me gusta · Responder · 1 años</p> <p><b>Erich Mijail Granados Luna</b> · 1:13:27 La horler te hace la licuadora y te deja seco Me gusta · Responder · 1 años 😂 1</p> <p><b>Erich Mijail Granados Luna</b> · 1:10:41 La señora horler está con la menopausia Me gusta · Responder · 1 años</p>



Fuente: Elaboración propia (Leonela Andia Carranza, 21/11/21)

En el discurso de los conductores Gonzalo Núñez, Oscar Paz y Silvio Valencia, existe una carga lesiva muy fuerte hacia la conductora mujer quien es denigrada (ver diálogos en cuadro de observación 1 a) como persona profesional. Citamos el siguiente diálogo en relación a la morfología de la conductora Alexandra Hörler:

- **Gonzalo Núñez:** “Ya sabes esto Alexandra, las personas deben ejercitar el glúteo.
- **Alexandra Hörler:** ¿Y por qué me dices eso a mí?
- **Gonzalo Núñez:** El glúteo mayor.
- **Alexandra Hörler:** Ya, pero ¿por qué me dices eso a mí?
- **Gonzalo Núñez:** Escucha pues, todos los músculos.
- **Alexandra Hörler:** Ejercítense ustedes sus glúteos pues.
- **Gonzalo Núñez:** El músculo semimembranoso, el semitentanoso, el bíceps a femoral.
- **Alexandra Hörler:** Lo que tiene que aguantar una.
- **Gonzalo Núñez:** Oye, pero no te piques si tú tienes unos glúteos
- **Alexandra Hörler:** ¡Caramba, respétame oye, estamos al aire, en vivo! Respeta.(Se escuchan las risas de los compañeros)
- **Gonzalo Núñez:** Pero el músculo lo tienes bien desarrollado.
- **Alexandra Hörler:** ¡No, No! Respeta . Eso es una grosería y una falta de respeto para una mujer, pide disculpas.

Durante el desarrollo de la presente investigación, Alexandra Hörler, dejó el espacio periodístico. Actualmente, en el programa está integrado por tres comentaristas: Gonzalo

Núñez, Oscar Paz y Silvio Valencia. Sin embargo, a 15 minutos del final del programa ingresa la conductora del Informativo Exitosa Shantall Ordoñez, quien tiene un espacio para leer los comentarios del público. En la tabla se evidencia que la conductora Shantall Ordoñez también se encuentra expuesta a comentarios sexistas y peyorativos como en los siguientes diálogos:

- **Shantall Ordoñez:** La pregunta del día es: ¿Qué equipo clá...?
- **Gonzalo Núñez y Oscar Paz:** Goooll, golll, del Bilbao. (Shantall separa de la silla para retirarse).
- **Gonzalo Núñez:** Shanti, Shanti, ven pues shanti. (Shantall regresa)
- **Gonzalo Núñez:** Esta es una actriz.
- **Shantall Ordoñez:** ¿Ya puedo continuar?
- **Shantall Ordoñez:** ¿Se van a quedar todavía o ya se van?
- **Oscar Paz:** No, tenemos que regresar.
- **Gonzalo Núñez:** Claro pues, que vamos a hacer hasta las 10 de la noche. Shanti, tú me viste dormir el otro día y me pusiste mi mantita, que buena gente.
- **Shantall Ordoñez:** Dije que no podían prender el aire acondicionado, sino Gonzalo muere.
- **Oscar Paz:** Te hizo recordar a tu abuelito.
- **Gonzalo Núñez:** Me dijo que dormía como un bebé.
- **Shantall Ordoñez:** Dormía como un bebé, era un tronco.
- **Oscar Paz:** Cuando los jóvenes vemos a los mayores dormir, nos hacen recordar a nuestros abuelos.
- **Gonzalo Núñez:** Y yo dije: por qué no te conviertes en una bebida y dormimos juntos. (Risas de fondo)
- **Gonzalo Núñez:** (con voz de mujer) Ay... esto si no te lo permito, no tienen ni principios ni valores.

Lo cual evidencia que la percepción no es sobre una profesional en específico, sino sobre la figura femenina.

Así mismo, en la página de Facebook los seguidores pueden interactuar dejando sus comentarios en cada transmisión. Aquí se pudo evidenciar que el público usa un lenguaje inadecuado para calificar a la conductora Alexandra Hörler, respecto a su discurso (percepción auditiva: presentaciones de notas, análisis y opiniones; las cuales denigran con

un lenguaje agresivo y peyorativo) y respecto a su imagen (percepción visual y social: la cual relegan a una cuadrante sexual).

- “La mujer malogra el programa, Exitosa entiende”.
  - “Renuncia p renuncia”
  - “#YaCallateHoller haga tendencia”
  - “La Holler tiene los días contados”,
  - “Holler x la weva está ahí dedícate a otra cosa mujer”, “esa línea de 5 no funciona, saquen a Holler”.
  - “Holler desnúdate”
  - “Alexandra calateate están bajando las vistas”
  - “Holler que rica papita tienes... ummm”
  - “La Holler te hace la licuadora y te deja seco”
  - “Pero la Holler se voltea rico”, “Holler una chupadita pues”, “Te volteas y te acomodas, que rico”.
- **Percepción del público sobre la imagen de la mujer en el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes.**

Según los participantes del *focus group*, los cuales son consumidores de los programas de periodismo deportivo, aseguran que no es muy común ver a mujeres en este campo del periodismo, por ello, refieren que perciben a la mujer más como un símbolo de atracción, que se maneja como un tema de estrategia para los programas, asocian que cumplen un papel inferior y su poca presencia al machismo que aun continua presente en la sociedad.

Las producciones de los programas también tienen mucha influencia con respecto a la imagen de la mujer, tal como cuenta el periodista Edward Alba, hay producciones que solo ven el rating y se olvidan del verdadero contenido para el programa deportivo. Él cree en la capacidad femenina, sin embargo, la producción de cada programa de periodismo deportivo son los que deciden cómo se maneja la participación de sus trabajadores.

La observación directa de la percepción del público que sigue el programa en redes sociales (Facebook) se obtuvo que todos los comentarios son negativos (lenguaje informal, sexista y machista) algunos de ellos: “Holler a vender frutas, a vender unique, en el fútbol no se meta”, “Las mujeres a vender frutas”, “la holler a vender verduras en el futbol no se meta”, “habla la mujer y el rating se va abajo”, “Silvio, mándala a cocinar a esa ruca”, “Las mujeres a vender frutas, tamales... pero en el fútbol no se meta”.

- **Percepción del público sobre el discurso de la mujer en el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes.**

Para el periodista Edward Alba, la participación de la mujer en los programas de periodismo deportivo debe ser igual a la de cualquier índole, lo importante es informar con mucha objetividad y tener fuentes de información que respalden lo que están comentando.

Los participantes del *focus group* consideran también que la mujer está capacitada para brindar la misma información que el hombre, ya que, el profesionalismo no depende del sexo de la persona, esto depende de los conocimientos y preparación. Ellos confían en la información que puedan brindar y creer que la presencia femenina en estos programas es indispensable.

En la observación directa se evidenció que esta presencia femenina indispensable se ha visto distorsionada, pues para el público que comenta en el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes se observa a la mujer como un objeto sexual, que no sabe opinar y debatir sobre temas deportivos, estos comentarios denigrantes y sexistas son: “Si fuera millonario a la Holler le hago una oferta y le doy por los tres huecos hasta dejarla en silla de ruedas”, “Holler desnúdate”, “Alexandra calateate están bajando las vistas”, “Holler que rica papita tienes... ummm”, “La Holler te hace la licuadora y te deja seco”, “Pero la Holler se voltea rico”, “Holler una chupadita pues”, “Te volteas y te acomodas, que rico”.

- **Percepción del público sobre el desenvolvimiento humano y profesional de la mujer en el programa de periodismo.**

En la entrevista, la periodista Jacqueline Mathwes, refirió que: “El tiempo que trabajé en los medios de comunicación me decepcionó la actitud machista de algunos de mis compañeros, pues viví diversas ocasiones incómodas en mi ambiente laboral, hasta minimizaron mi trabajo al decirme que era una simple asistente y que ellos tenían más años en el medio”.

Así mismo, mediante la observación directa se evidencia que el público seguidor del programa Exitosa Deportes comentan a través de las redes sociales que: “La mujer malogra el programa, Exitosa entiende”, “Renuncia p renuncia”, “#YaCallateHoller haga tendencia”, “La Holler tiene los días contados”, “Holler x la weva está ahí dedícate a otra cosa mujer”, “esa línea de 5 no funciona, saquen a Holler”. Relegando la participación de la periodista Alexandra Holler, haciendo alusión que no sirve para esto y que cada comentario que ella emite les parece inadecuado y que no va acorde al tema.

Según los participantes del *focus group*, consideran que la sociedad en general ha cuestionado el hecho de que las mujeres se puedan dedicar a esta profesión la cual era vista como algo netamente para varones. Por ello, las mujeres continúan siendo expuestas a todo tipo de exabruptos a nivel laboral.

## ▪ CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión:

El estudio tiene como objetivo conocer la percepción respecto al rol de la mujer en el programa periodístico Exitosa Deportes. Los instrumentos de recolección de datos permitieron determinar los aspectos que son tomados en cuenta en los consumidores del programa para la generación de juicios de valor respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo. En la observación directa (Tabla 1 A, Tabla 1 B y Tabla 2) la percepción reflejada en el discurso entre pares (conductores del programa Exitosa Deportes) y en los comentarios (seguidores de la página en Facebook – Exitosa deportes) evidencia una valoración subjetiva y muy marcada por la percepción visual, auditiva y en mayor medida, por la percepción social, encaminada a elaborar juicios derivados de las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, donde intervienen procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización (Vagas Melgarejo, 1994). Sin embargo, en los juicios de valor referenciados en frases como: “La mujer malogra el programa, Exitosa entiende”, “Alexandra calateate están bajando las vistas”, “Holler x la weva está ahí dedícate a otra cosa mujer”, “esa línea de 5 no funciona, saquen a Holler”, “Holler desnúdate”, “Ya sabes esto Alexandra, las personas deben ejercitar el glúteo”, predominan los estigmas culturales que relegan a la mujer al cuadrante simbólico sexual (por encima del profesional y humano) y de relevancia secundaria, percepción influenciada por las características de personalidad de los sujetos (público machista), estas generan predisposiciones que determinan formas de percepción, (Allport, 1955) y por factores culturales o sociales como el Organizacional (son estructuras de determinamos tipos de ambientes que afectan la conducta), Conductuales (en la relación con otros individuos, se genera u adopta determinados patrones de comportamiento que son típicos en un entorno social - propiedades reforzantes: es un sistema de premios o castigos que generan un mecanismo de discriminación selectiva de la realidad; características psicosociales y el clima organizacional: se trata de las dimensiones que predominan en una cultura - generando una serie de información y expectativas sobre una realidad, afectando la interacción entre los individuos, Tajfel (1969). Si bien la percepción social es un engranaje de elementos que el individuo asimila desde lo sensorial, social y



cultural, el desconocimiento de los roles fundamentales del periodismo, ejercido como directriz por varones y mujeres en cualquier género periodístico (informativo, interpretativo y de opinión), sesga los juicios de valor que deberían concluir en aprobación o desaprobación sobre el perfil profesional de la mujer periodista, acorde al programa Exitosa Deportes (informativo y de entretenimiento) y sobre la labor social que, en esencia, representa cualquier forma de periodismo. En el *focus group* y las observaciones directas, se percibe a la mujer como símbolo sexual y de sumisión (inferior a la figura masculina) y no se toman en cuenta su rol diseminador, intervencionista, de servidor, e entretenimiento y cívico (Roses y Humanes, 2019).

***Percepción del público sobre la imagen de la mujer en el programa de periodismo deportivo es considerada inferior a la del hombre.***

Para los participantes del *focus group*, para el entorno de la mujer en el espacio deportivo Exitosa Deportes (co-conductores) y seguidores de la página en Facebook (leer diálogos y comentarios de las tablas de observación 1 y 2) el primer estímulo para los juicios de valor es la morfología de las conductoras (aspecto físico – percepción visual). Los estereotipos de belleza femenina impuestos por la sociedad, sumado al machismo es lo que ocasiona que el rol de la mujer en diversos medios de comunicación sea minimizado e invisible, ya que en los programas se muestra a la mujer con una imagen negativa en un 56% (CONCORTV, 2018). Este, también es el reflejo de una percepción social que se materializa en una violencia simbólica; según CONCORTV, este tipo de violencia es insensible e invisible para las víctimas y se ejerce especialmente en los caminos simbólicos de la comunicación (justificación por cuestiones estéticas: una conductora de programas televisivos debe de tener atributos físicos y mostrarlos a la audiencia; justificación discursiva: un halago o broma que disfraza un comentario sexista; justificación cultural: el deporte es para varones.).

Es común observar una imagen varonil en los programas deportivos, ya que el público y la sociedad asumen que los hombres están más familiarizados con el deporte y en el caso de Exitosa Deportes, el liderazgo y experticia sobre los temas en cualquier disciplina deportiva recaen sobre Gonzalo Núñez. Ruth Covarrubias (2009) argumenta una situación distinta, pues hace alusión a que si hay una inclusión notable de la imagen femenina en los programas de periodismo deportivo, que hay

mujeres a las que les apasiona todo lo que tengan que ver con el deporte y que además quieren demostrar que entienden del tema. Habla sobre una igualdad de condiciones para ejercer esta profesión. Al respecto, Carlos Sánchez (2017), explica que esto se debe a que cuando habla de la presencia de la mujer en los programas deportivos, también se presenta una realidad distorsionada, pues relacionan a una mujer esbelta para que acompañe y capte la atención del público, para que motive la visualización del programa, mas no como un periodista deportivo con roles definidos periodísticos que marcan su perfil profesional y humano. Además menciona que: “La imagen es muy importante, por ello se buscan conductores que sean atractivos y más con las mujeres. Se tienen que encontrar a chicas físicamente guapas, para que salgan a cuadro”. En sintonía, Ramírez y Restrepo (2018), asegura que la mujer que se desempeña como periodista deportiva, además debe ser bella. Esto se debe a que el deporte, especialmente el fútbol, está concebido para el disfrute de los hombres. Así es como la mujer se termina convirtiendo en un objeto y se vende junto al fútbol bajo estereotipos de belleza de mujer erótica, encantadora y bella (García y García, 2004). Para erradicar esta situación la Plataforma de acción de Beijing (1995), planteó fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de comunicación, utilizando estrategias de educación y comunicación. En el Perú, este objetivo es prioritario ya que según un sondeo de opinión denominado “El rol de los medios en la prevención de la violencia de género”, desarrollado del 11 al 25 de julio, por Calandria (2021), el estereotipo que tienen los programas informativos o de entrenamientos, refuerza de manera negativa los estereotipos del público, entre ellos “las mujeres siempre deben ceder para evitar discusiones con el hombre.”

***El público percibe que la participación periodística profesional de la mujer en el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes es inadecuado.***

Es importante acotar que para los entrevistados (expertos en periodismo deportivo), el tema de informar no tiene que ver con el género (masculino o femenino), pues lo más importa es la información y la dedicación que cada persona le pone a su carrera como profesional. Al respecto, Diana Ballinas asegura que: "Esto tampoco se trata de una lucha de sexos, sino del reto que nosotras como mujeres tenemos por ganar y por romper esas barreras en el periodismo deportivo. Romper el estereotipo de una imagen sexualizada que preserva la discriminación de género, se debe cambiar y que prevalezca el crecimiento, el conocimiento, las virtudes y las habilidades en el

ámbito profesional, que se nos vea a las mujeres como profesionales en el periodismo deportivo", elementos que son percibidos a nivel auditivo (discurso periodístico: información, opinión y crítica sobre un tema de interés social). Comentarios en la página de Facebook de Exitosa Deportes, como: "Holler x la weva está ahí dedícate a otra cosa mujer", "esa línea de 5 no funciona, saquen a Holler". Grafica que los medios de comunicación tienen la responsabilidad de emitir valores a través de la información y, en especial, la igualdad entre hombres y mujeres, en los programas de periodismo deportivo (García, 2017), más aún cuando Pérez (2008), menciona que la percepción de aquellas impresiones o sensaciones que se tiene sobre el rol de la mujer son aprendidas y adquiridas por nuestro mismo entorno sociocultural. En el Perú, existen instrumentos legales para este fin, por ejemplo: la Ley de Radio y Televisión (Ley 28278), artículo 40°, que estipula que la programación que se transmita en el horario familiar debe evitar los contenidos violentos, obscenos o de otra índole, que puedan afectar los valores inherentes a la familia, los niños y adolescentes. Este horario es el comprendido entre las 06:00 y 22:00 horas. Sin embargo, el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes muestra un concepto totalmente distinto a la igualdad de género que se quiere lograr actualmente y no acata la ley, al no eliminar o tratar de manejar a los conductores y las redes sociales (leer diálogos y comentarios sexistas y denigrantes registrados en las tablas de observación 1 y 2). Otra barrera a vencer, según los expertos entrevistados, es el reconocimiento profesional e institucional a la labor de la mujer que ejerce el periodismo deportivo: la gran mayoría no está registrada en círculos o asociaciones de periodistas deportivos que tiene entre sus funciones específicas velar por su participación e inclusión en la rama. Según el socio del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú, Martín Fernández (2021), no todas las periodistas deportivas pertenecen al Círculo de Periodistas del Perú, presume que solo un 20% o menos de mujeres periodistas están inscritas allí.

***La percepción del público sobre el desenvolvimiento humano y profesional de la mujer en el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes.***

Lograr una participación equitativa entre hombres y mujeres en los medios de comunicación no es fácil y menos de manera inmediata, la realidad de las mujeres sigue siendo poco contada en cuenta (Ortiz, 2001). Su participación está denominada en áreas

típicamente femeninas, como programas infantiles y educativos, además que se especializan para emitir la información blanda, la cual carece de reconocimiento profesional (Instituto Nacional de las mujeres).

En una posición opuesta, el periodista Edward Alba afirma que las mujeres si tienen una participación importante en los programas de periodismo deportivo, pues lleva muchos años en el medio periodístico y ha visto la participación de diversas periodistas deportivas. Sin embargo, para Menéndez (2001) si se ha incrementado la participación de la mujer, pero este crecimiento no ha provocado los cambios necesarios para mostrar la realidad de las mujeres. Ya que, aun se refuerza la imagen dominante y se favorece a los prejuicios sexistas, ya que tiene que ser bella, pasiva y sensual, se muestra como una garantía sexual para el varón; una de las razones es que las mujeres, en la actualidad, continúan enfrentando los estragos del machismo en los diferentes ámbitos sociales, cumpliendo un rol determinado por las conductas consideradas socialmente adecuadas para este sexo que son a su vez la manifestación pública de la percepción de su rol en la sociedad, en este contexto, además de sus roles como periodista, a nivel mundial, la mujer desempeña principalmente cuatro roles importantes: madre, cónyuge, administradora del hogar y profesional trabajadora (Ruiz, 2019), que son inherentes y con un valor superlativo dentro y fuera de su centro de labores. Los medios de comunicación tienen en sus manos la posibilidad de revertir el efecto negativo que puede generar un comentario sexista o machista en las personas aludidas: Radio exitosa, que administra la página en Facebook “Exitosa Deportes”, tiene la libertad y el deber de cautelar el derecho al honor y a la buena reputación (inciso 7, del artículo 2 de la Constitución Política del Perú, de 1993) eliminando los comentarios denigrantes y estableciendo pautas (basadas en el respeto a sus conductores) a los seguidores para la formulación de comentarios.

#### **4.2 Conclusiones:**

El público que consume el programa Exitosa Deportes, en radio y redes social, tiene una percepción subjetiva (visual, auditiva y social) y sesgada sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo debido a que sólo toma en cuenta su morfología (estereotipos de belleza femenina condicionados por factores socioculturales y que derivan en conductas machistas y sexistas) y no los roles y funciones que ejerce un periodista en cualquier género periodístico (perfil profesional y humano); por lo que se confirma la hipótesis general.

El público que consume el programa de periodismo deportivo Exitosa Deportes, percibe que se proyecta una imagen inferior de la mujer, respecto del varón, y no se valora su profesionalismo en el medio de comunicación. El incremento de la presencia femenina en los programas de periodismo deportivo ha sido claramente importante tanto en la producción y emisión de contenidos (Complementar y asociación de ideas con sus interlocutores y audiencias) y para que tengan un papel importante y trascendental en el medio de comunicación; lamentablemente, los logros se ven opacado al continuar siendo sometidas a los estereotipos socioculturales que la relegan a un papel secundario, de elemento de atracción visual como estrategia que refuerza una conducta machista al ser los hombres el público objetivo del programa. Al respecto son reiterativas las conductas peyorativas y, en ocasiones, no importa la información que se emita, sino la influencia o seguidores que se tenga, para poder dar un realce distinto al programa. Por lo que se confirma la primera hipótesis específica

Si bien la calidad y profesionalismo en el ejercicio del periodismo es independiente del género (masculino o femenino), pues lo que más importa es la información y la dedicación que cada persona le pone a su carrera como profesional. Sin embargo, en el programa Exitosa Deportes se está sexualizando y denigrando a la mujer, sin medir las consecuencias que ello pueda traer, pues no solo porque tienen un lenguaje inadecuado en los programas en vivo, sino también porque esto ocasiona que su público objetivo adopte sus mismos comportamientos, por ello es que tienen una percepción errónea sobre el trabajo de las profesionales y cargan las redes sociales del programa con puros comentarios negativos, denigrantes y soeces. Ocasionando la falta de oportunidades para la mujer sobre su desenvolvimiento como líder y experta que reflejen sus roles, haciendo de su presencia un elemento inadecuado debido a que sus opiniones o críticas pasan como poco relevantes y la convierten en objeto de burlas. En el caso de Alexandra Holler siempre busca frenar los excesos de sus conductores, habla de manera más eufórica y trata de repetir su idea si ve que no la han tomado en cuenta, trata de debatir con sus compañeros. Pese a ello, sus compañeros no le toman la importancia debida a la información que da e incluso le llegan a dar la razón simplemente para que guarde silencio y la toman por loca. Esto también se ve reflejado en el público, pues Alexandra Holler no era del agrado de ellos y siempre se ven esos comentarios denigrantes en las redes sociales del programa. Mientras que en el caso de Shantall Ordoñez, se muestra más sumisa, trata de seguirle el juego a los conductores,

por ello, es que el público no se muestra en contra de ella, además se encarga solo leer por unos minutos algunos de los comentarios que llegan a las redes del programa. Por lo que se confirma la segunda hipótesis específica.

El desenvolvimiento humano y profesional de la mujer en el periodismo deportivo es un reto de los medios de comunicación y de los profesionales del rubro. Al no haber logrado aún una participación equitativa entre hombres y mujeres en este tipo de programas, hacen que su presencia sea irrelevante para las audiencias que, al desconocer o transgiversar los roles del periodista, relegan su participación a espacios alejados del mundo deportivo. Por lo que se confirma la tercera hipótesis específica.

### **Limitaciones:**

Se planificó el desarrollo de más *focus group*; sin embargo, por el contexto sanitario (pandemia por la Covid-19) las personas muestreadas de manera no pirobalística, que un primer momento confirmaron su participación, desistieron por cuestiones de salubridad y laboral. Ante esta situación, se optó por reforzar la recolección de datos con entrevistas a expertos y observación directa.

### **Recomendaciones:**

Se recomienda a Radio Exitosa:

Promover el valor humano y profesional de las mujeres que forman parte del programa deportivo “Exitosa Deportes”, en la presentación y sinopsis del producto (Reels o portadas) en donde, además, puede difundir y promocionar los roles periodísticos que desempeñan: diseminador, intervencionista, de servidor, de entretenimiento y cívico.

Empoderar a las mujeres que forman parte del programa Exitosa Deportes desde un perfil de expertas y líderes de opinión, muy por encima de estereotipos de belleza y sexuales. Esta responsabilidad debe asumirla el productor del programa en estricto orden con la línea editorial que, entre sus puntos vertebrales, debe de consignar la erradicación de cualquier forma de violencia de género: mejorar la percepción visual y social en las audiencias; así como la supresión y denuncia de formas de violencia simbólica por parte de los conductores y seguidores de dicho espacio.

Respetar la Ley de Radio y Televisión (Ley 28278), artículo 40°, que estipula que la programación que se transmita en el horario familiar debe evitar los contenidos violentos,

obscenos o de otra índole, que puedan afectar los valores inherentes a la familia, los niños y adolescentes.

Ejercer una administración profesional y humana de la página en Facebook “Exitosa Deportes”: cautelar el derecho al honor y a la buena reputación (inciso 7, del artículo 2 de la Constitución Política del Perú, de 1993) eliminando los comentarios denigrantes hacia las conductoras mujeres y estableciendo pautas (basadas en el respeto a sus conductores) a los seguidores para la formulación de comentarios. Ejemplo: está prohibido los insultos y comentarios de naturaleza sexista y machista.

Tomar como referencia al canal Gol Perú, que ha dado el primer paso al producir y emitir un programa conducido por mujeres (Ana Lucía Rodríguez, Nair Aliaga y Alexandra del Solar) denominado “Viva Fútbol” y en el cual se empodera a la mujer desde el perfil de experta y líder de opinión.



## 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](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>

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](#)

▪ ANEXOS

**La percepción del público respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo en los programas radiales. Caso: Exitosa deportes.**

Problema de investigación	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>¿Cuál es la percepción del público respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo en los programas de radio?</p>	<p><b>General:</b> Conocer la percepción del público respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo en los programas de radio.</p> <p><b>Específico:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Analizar la percepción del público sobre el rol que cumple la mujer en los programas de radio deportivos.</li> <li>•Descubrir la percepción del público sobre la participación comunicativa de la mujer en los programas de radio deportivos.</li> </ul>	<p>El público que escucha programas de radio deportivos percibe que el rol de la mujer en el periodismo deportivo es minimizado por los hombres debido a diversos estereotipos impuestos por la sociedad.</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b> La presente investigación tuvo un enfoque cualitativo.</p> <p><b>Población:</b> Personas que hayan escuchado el programa radial deportivo de “Exitosa Deportes” y diferentes medios de comunicación radiales.</p> <p><b>Muestra:</b> Se entrevistó a 15 personas, hombres y mujeres entre 18 a 28 años, que consumen programas deportivos radiales.</p> <p><b>Técnica e instrumento de recolección de datos:</b> La técnica que se utilizó fue el <i>focus group</i>. Y el instrumento fue una guía de preguntas.</p>

## ANEXO 2

Guía de preguntas para el *focus group*:

1. ¿Qué opina usted del desempeño de la mujer en los programas deportivos?
2. ¿Cuál cree usted que es el rol de la mujer en el periodismo deportivo?
3. ¿Es relevante la información que transmiten?
4. ¿Cree usted que tienen el mismo desempeño e importancia que los hombres periodistas?
5. ¿Por qué considera usted que colocan a mujeres esbeltas en los programas deportivos, sin ser periodistas?
6. ¿Usted ha sido testigo de hostigamiento por parte de periodistas hacia sus colegas mujeres en algún programa deportivo o tienen alguna anécdota que recuerden?
7. ¿Cuál cree usted que es el factor por el cual prefieren poner a conductores hombres en los programas deportivos?
8. ¿Cree usted que a las mujeres no se les da la oportunidad de mostrar sus conocimientos en el ámbito deportivo y solo se limitan a seleccionarlas por cuestiones superficiales?
9. ¿Cuál sería su reacción si ves a una dupla o a un trío de mujeres conduciendo un programa deportivo? ¿Vería ese programa?
10. ¿Cree usted que en algún momento se valorará a la mujer en el ámbito deportivo radial por sus conocimientos en el deporte y su buen desempeño profesional?

### ANEXO 3

Guía de preguntas a periodistas deportivos:

- 1° ¿Cómo se inició en el periodismo?
- 2° ¿Siempre quisiste realizar el periodismo deportivo?
- 3° ¿Cómo se sientes en el medio actualmente?
- 4° ¿De acuerdo con su perspectiva, cual es el rol del periodista deportivo?
- 5° ¿Cuál considera que es la participación de la mujer en los programas deportivos?
- 6° ¿Cree que ambos sexos tienen la misma participación en los medios?
- 7° ¿Cree que esto parte por poner a mujeres que no son periodistas?
- 8° ¿Usted ha sido testigo de hostigamiento o acoso a alguna de sus compañeras?
- 9° ¿Cree que el lenguaje del periodista debería cambiar al tener una compañera?
- 10° ¿Sintió algún tipo de incomodidad cuando realizabas tu trabajo?
- 11° ¿Ha sufrido de acoso en el trabajo?
- 12° ¿Qué ha sido lo más difícil que has vivido en tu trabajo?

#### ANEXO 4

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
<b>Título de la Tesis</b>	La percepción del público respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo en los programas radiales. Caso: Exitosa Deportes.			
<b>Nombres y Apellidos del autor</b>	Leonela <u>Mavel</u> Andia Carranza.			
<b>Línea de investigación</b>				
<b>Variable de investigación</b>	Percepción de la mujer en los programas de periodismo deportivo. Rol de la mujer en los programas de periodismo deportivo.			
<b>Denominación del instrumento</b>	Guía de preguntas para entrevistas.			
<b>Nombres y Apellidos del experto</b>	Eduardo <u>Landauro</u>			
A continuación, usted encontrará una tabla con un conjunto de ítems relacionados con el instrumento de investigación, en el espacio donde se muestra <b>SÍ/NO</b> , marque <b>X</b> en el que considere conveniente. Además, puede registrar alguna observación si lo considera necesario.				
Nº	Criterios a evaluar	SÍ	NO	Observaciones
1	La redacción del instrumento es clara, precisa y permitió entender el contenido.	x		Debe precisar algunas preguntas como el qué en lugar del cómo
2	El instrumento está diseñado adecuadamente.	x		Incluir preguntas en donde el especialista se refiera al comportamiento de los públicos
3	El contenido del instrumento tiene relación con el título y las variables de investigación.	X		
4	La cantidad de ítems es adecuada para el instrumento.	x		Puede incluir tres más
6	Existe una secuencia lógica con relación a los ítems.	x		Ordenar la pregunta 11
7	Los ítems empleados en el instrumento son correctos.	X		
8	El diseño del instrumento facilita el procesamiento de información.	X		
<b>Sugerencias:</b>				



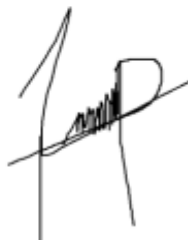
Firma del experto:  
Eduardo Landauro Cerf  
DNI: 10202480  
Fuente: Elaboración propia

### ANEXO 5

<b>MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS</b>				
<b>Título de la Tesis</b>		La percepción del público respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo en los programas radiales. Caso: Exitosa Deportes.		
<b>Nombres y Apellidos del autor</b>		Leonela Mavel Andia Carranza.		
<b>Línea de investigación</b>				
<b>Variable de investigación</b>		Percepción de la mujer en los programas de periodismo deportivo. Rol de la mujer en los programas de periodismo deportivo.		
<b>Denominación del instrumento</b>		Guía de preguntas para entrevistas.		
<b>Nombres y Apellidos del experto</b>		Jean Pierre Gálvez Castañeda		
A continuación, usted encontrará una tabla con un conjunto de ítems relacionados con el instrumento de investigación, en el espacio donde se muestra <b>SÍ/NO</b> , marque <b>X</b> en el que considere conveniente. Además, puede registrar alguna observación si lo considera necesario.				
Nº	Criterios a evaluar	SÍ	NO	Observaciones
1	La redacción del instrumento es clara, precisa y permitió entender el contenido.	X		
2	El instrumento está diseñado adecuadamente.	X		
3	El contenido del instrumento tiene relación con el título y las variables de investigación.	X		
4	La cantidad de ítems es adecuada para el instrumento.	X		
6	Existe una secuencia lógica con relación a los ítems.	X		
7	Los ítems empleados en el instrumento son correctos.	X		
8	El diseño del instrumento facilita el procesamiento de información.	X		
<b>Sugerencias:</b>				

Firma del experto:

Fuente: Elaboración propia





### ANEXO 6

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
<b>Título de la Tesis</b>		La percepción del público respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo en los programas radiales. Caso: Exitosa Deportes.		
<b>Nombres y Apellidos del autor</b>		Leonela Mavel Andia Carranza.		
<b>Línea de investigación</b>				
<b>Variable de investigación</b>		Percepción de la mujer en los programas de periodismo deportivo. Rol de la mujer en los programas de periodismo deportivo.		
<b>Denominación del instrumento</b>		Guía de preguntas para entrevistas.		
<b>Nombres y Apellidos del experto</b>		Paco Moreno Tineo		
A continuación, usted encontrará una tabla con un conjunto de ítems relacionados con el instrumento de investigación, en el espacio donde se muestra SÍ/NO, marque X en el que considere conveniente. Además, puede registrar alguna observación si lo considera necesario.				
Nº	Criterios a evaluar	SÍ	NO	Observaciones
1	La redacción del instrumento es clara, precisa y permitió entender el contenido.	X		
2	El instrumento está diseñado adecuadamente.	X		
3	El contenido del instrumento tiene relación con el título y las variables de investigación.	X		
4	La cantidad de ítems es adecuada para el instrumento.	X		
6	Existe una secuencia lógica con relación a los ítems.	X		
7	Los ítems empleados en el instrumento son correctos.	X		
8	El diseño del instrumento facilita el procesamiento de información.	X		
<b>Sugerencias:</b>				

Firma del experto:





## ANEXO 7

### Entrevista 1:

#### Edward Alba:

¿Cómo se inició en el periodismo?

Han sido varias etapas que he tenido en realidad, pero yo empiezo trabajando como administrador de la sala de prensa de la Copa América en el 2004 en Trujillo, un gran amigo Osvaldo Rivasplata, con el que hice radio también me llevó para ser el administrador y ahí tuve mucho contacto con medios de comunicación de Bolivia, de Colombia, Venezuela y Perú. Después, hice radio y transmisiones deportivas profesionales en Trujillo, hasta que el canal de Vallejo me dio la oportunidad de empezar a comentar los partidos, poco a poco fuimos entrando, fue un transcurso de años, 3 o 4 años siendo reportero de la Copa Perú, yéndome a los estadios, luego ser reportero del canal de Vallejo, también he sido conductor de un programa de noticias, comencé a producir también en los espacios deportivos. Así paso hasta que se me dio la oportunidad de probarme en CMD de Movistar y me fue bien. Estando ahí viajé para la Copa Sudamericana, hice Copa América, Juegos Bolivarianos, en líneas generales es todo lo que he venido haciendo, ahora ya estamos a cargo de la producción del canal.

¿Siempre quisiste realizar el periodismo deportivo?

A mí siempre me ha gustado el periodismo deportivo, desde muy chiquito. Yo jugaba con mis soldados, pero no jugaba a las guerras, yo los hacía jugar fútbol, tenía mis archivos a mano de las alineaciones de los equipos nacionales y de los internacionales compraba mi periódico, grababa los programas de RPP, armaba mi 11 contra 11, hacía mi posición táctica, por eso te digo que desde muy chico tenía eso pegado.

¿Cómo te sientes en el medio actualmente?

Ahorita siento que es una experiencia nueva, porque he tomado un cargo que no me esperaba, yo he hecho producción en Trujillo, en el canal de Vallejo, empezamos a hacer transmisiones, yo era conductor, reportero, producíamos programas de 45 minutos de lunes a viernes y los domingos era una hora de programa, era un trabajo muy fuerte. Ahora tuve la oportunidad de venir acá a Lima y esta vez como productor del canal. A pesar de que en Trujillo ya he trabajado así, acá es diferente porque el canal tiene otra metodología, la tecnología es más grande, tengo que manejar a más gente, la parrilla de programas es más grande, entonces es

un poco más complicado. Pero estoy tranquilo, a mí esto me enseña algo nuevo también y ya veré yo sí puedo seguir o me regreso a lo que tenía antes.

¿De acuerdo con su perspectiva, cual es el rol del periodista deportivo?

El rol del periodista deportivo es como de cualquier periodista de otra índole, lo que pasa es que hay diferentes tipos de periodismo, entonces depende a lo que te dediques. Si eres periodista informativo, debes informar con mucha objetividad, si eres de radio, debes tener audios que respalden tu noticia, si eres de televisión, debes tener muchas imágenes, si eres del medio escrito, debes tener fotos, infografías o información que te respalde tu nota, si es periodismo de opinión, demostrar también lo que se va a hacer. Entonces yo creo que el rol del periodista hoy depende mucho de lo que se enfoque, yo se que normalmente no se ejerce así, pero es lo que yo veo.

¿Cuál es la participación de la mujer en los programas deportivos?

Cuando yo entro a hacer periodismo deportivo en el canal de Vallejo, te estoy hablando del año 2004 o 2005, ya había una mujer trabajando en el canal, era la reportera que hacía las notas diarias de deportes y entró antes que yo. En el transcurso del tiempo yo he ido conociendo muchas chicas que han estado incursionando en el tema del fútbol, en CMD las conductoras del noticiero eran mujeres: Mónica Belaunde, Alexandra del Solar, Laura Espolla, Romina Antoniazzi, Carola Román, Daniela Fernández, entonces yo desde que tengo uso de razón y entré al tema del periodismo deportivo he visto siempre a mujeres que se dedican en la industria de Trujillo que se dedican a esto. Para mí la movida que hacen hoy que hablan de la igualdad, me sorprende porque no es algo que no existe o que no se le haya dado espacio a la mujer, el tema es que lo que le tienes que dar a la gente en general es oportunidad, no regalarle el puesto, que el hombre compita con la mujer, si la mujer es buena y se gana su cupo, está bien. Pero yo no estoy de acuerdo con el tema de ser igualitarios tiene que haber un hombre y una mujer obligatoriamente. Puede ser que por esa idea, dejen a un hombre o a una mujer fuera y eso no me parece.

¿Entonces cree que ambos sexos tienen la misma participación en los medios?

Si, yo creo que sí y hoy en día mucho más. Hasta se está abusando con ese tema, por lo que dicen es redes y ya exageran algunos medios y están dejando de lado la calidad por la cantidad que quieren mostrar, se está perdiendo la cuota de calidad en los medios por poner gente por seguidores nomas y en realidad no comentan bien, hasta no saben lo que están diciendo.

¿Cree que esto parte por poner a mujeres que no son periodistas?

Sí, eso pasa. Hay producciones que están más por el tema del rating que te pueden dar y se olvidan de que están en un programa de televisión. Pero ya son ellos los que deciden y ahí hay gente que piensa diferente. Yo creo que la mujer puede y tiene que participar en el medio, pero tiene que demostrar calidad, tiene que demostrar que puede competir con el hombre. Si hay un *casting* y yo necesito dos redactores y vienen dos hombres y dos mujeres al casting, yo voy a elegir a los dos mejores, sean hombres o mujeres, esa es la oportunidad que le das para participar y de competir.

¿Usted ha sido testigo de hostigamiento o acoso a alguna de sus compañeras?

No, bueno donde yo he trabajado ya había una mujer y nunca he visto que pase eso, si he escuchado que se han quejado cuando trabajan en un ambiente de puros hombres, pero al menos lo que yo he visto, no.

¿Cree que el lenguaje del periodista debería cambiar al tener una compañera?

Yo creo que lo que uno ve en la tele o en redes, no siempre es así. Hay programas que se preparan con ese toque, quieren vender *show*, hasta en los programas deportivos los comentaristas se tienen que estar peleando entre ellos porque eso vende. En el programa de Gonzalo Nuñez, si se sabe cómo es, porque siempre ha sido así y ahora un poco más quizás, él maneja su programa así con los dos tipos y si la producción quiere poner a una chica, te la juegas intentando bajarle el ritmo a Gonzalo o te aguantas. Porque una cosa es el lenguaje grotesco y otra es la falta de respeto, yo hablo ahorita del lenguaje de él para hablar de deporte, la parte del respeto que yo he visto que se le ha pasado la mano, eso si yo no estoy de acuerdo, esas cosas no tienen que formar parte de ningún programa, ahí si discrepo mucho de eso.

## **Entrevista 2:**

### **Jacqueline Mathwes:**

¿Cómo inicio tu gusto por el periodismo deportivo?

Desde mi pequeña siempre acompañaba a mi Papá cuando jugaba fútbol en la liga de Miraflores, y de San Miguel.

¿Cómo inicio tu carrera?

Como inicié mi carrera haciendo mis prácticas preprofesionales en el programa radial *Simplemente Fútbol* de radio Sonora en el 2002, mi director era José Olaechea, luego formé parte del equipo de *Radio Gol*. También fui asistente de *Productos* en *Teledeportes* en el año 2005.

¿Cómo te sentiste en el medio?

En el medio siempre me sentí súper cómoda tuve la oportunidad de cubrir los entrenamientos de Alianza Lima y con todos los colegas con los que trabajé y cubría eran muy amables y me cuidaban. Una anécdota como mido 1.55 ellos siempre me dejaban pasar para poder hacer mis entrevistas.

¿Sentiste algún tipo de incomodidad cuando realizabas tu trabajo?

Nunca sentí ninguna incomodidad al contrario amaba lo que hacía. Me encanta ir a los entrenamientos y más un a los partidos.

¿Has sufrido de acoso en el trabajo?

Acoso no pero en un medio en el que trabajé si sentí el machismo de algunos colegas y eso me decepcionó mucho. Luego de eso dejé por un tiempo el medio.

¿Qué ha sido lo más difícil que has vivido en tu trabajo?

Como te comento lo más triste fue sentir el machismo de algunos colegas, actualmente en el medio somos más las periodistas deportivas, inclusive ahora se le dio la oportunidad a Rosa María Muñoz a narrar a nivel nacional e internacional eso es muy importante.

Justo me mandaron a recoger los viáticos para el equipo de reporteros que iba a viajar y mi Productora me dijo no se los vayas a dar a ellos y que se lo entregue a ella, me acuerdo de que ellos llegaron a la oficina y de manera muy prepotente me pidieron sus sobres haciéndome sentir mal por las cosas que me dijeron. Me acuerdo de que me dijeron tu eres una simple asistente nosotros aquí tenemos años.

## ANEXO 8

Ficha de validación:

Documento generado en base a respuestas enviadas por el validador. se conserva el original en la base de datos de los cursos Taller de Tesis 2 y Tesis, periodo 2020 2, a cargo del docente Gabriel Prado Límaco.

### VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

Nombre del validador	: Paco Moreno Tineo
Nombre del (de los) estudiante(s)	: ANDIA CARRANZA, LEONELA MAVEL
Título de la tesis	: LA PERCEPCIÓN DEL PÚBLICO RESPECTO AL ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS PROGRAMAS RADIALES. Caso: Exitosa deportes.
Instrumentos validados	: Guía de preguntas (para entrevistas y grupos focales)
Fecha y hora de validación	: 05/10/2020 18:35

### CRITERIOS DE VALIDACIÓN

(1) En base a lo evidenciado en la matriz de consistencia y los instrumentos, la tesis aporta en el estudio de la comunicación	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(2) En la matriz de consistencia, la población y la muestra son coherentes con el problema y los objetivos de investigación	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(3) Los instrumentos presentados son suficientes para alcanzar los objetivos de la tesis	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(4) Las preguntas o ítems en los instrumentos son adecuados para obtener conclusiones relevantes	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(5) El lenguaje utilizado en los instrumentos es apropiado para recoger información de la muestra	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones

## ANEXO 9

Ficha de validación:

Documento generado en base a respuestas enviadas por el validador. se conserva el original en la base de datos de los cursos Taller de Tesis 2 y Tesis, periodo 2020 2, a cargo del docente Gabriel Prado Límaco.

### VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

Nombre del validador	: Jorge Luis Olaechea Velasco
Nombre del (de los) estudiante(s)	: ANDIA CARRANZA, LEONELA MAVEL
Título de la tesis	: La percepción del público respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo en los programas radiales. Caso: Exitosa deportes.
Instrumentos validados	: Guía de preguntas (para entrevistas y grupos focales)
Fecha y hora de validación	: 07/10/2020 15:07

### CRITERIOS DE VALIDACIÓN

(1) En base a lo evidenciado en la matriz de consistencia y los instrumentos, la tesis aporta en el estudio de la comunicación	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(2) En la matriz de consistencia, la población y la muestra son coherentes con el problema y los objetivos de investigación	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones
(3) Los instrumentos presentados son suficientes para alcanzar los objetivos de la tesis	: Validado con observaciones
Observaciones	: Se hizo algunas correcciones a 3 de las preguntas. En un caso se sugirió una nueva.
(4) Las preguntas o ítems en los instrumentos son adecuados para obtener conclusiones relevantes	: Validado con observaciones
Observaciones	: Se hizo algunas correcciones a 3 de las preguntas. En un caso se sugirió una nueva.
(5) El lenguaje utilizado en los instrumentos es apropiado para recoger información de la muestra	: Validado totalmente
Observaciones	: Sin observaciones



## ANEXO 10

### **Desgravación del *focus group*:**

Buenas tardes, quería agradecerles por participar de este *focus group* el cual consiste en realizarles una serie de preguntas acerca de su percepción respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo, si no les hago alguna pregunta y quieren participar, levantan la mano para poder darles la palabra.

### **¿Qué opina usted del desempeño de la mujer en los programas deportivos?**

**Edward S.:** El desempeño ahora de la mujer en el rol periodístico en la faceta deportiva, ha causado una sensación en la población o a los que consumen deporte, una sensación muy agradable, era poco común ver a la mujer en este tipo de roles deportivos, no es porque sea machista, pero hemos v

isto que al pasar de los años se ha vuelto indispensable la presencia de la mujer en un programa deportivo. Porque toma presencia y no solo el hombre puede hablar de deporte, todos podemos proyectarnos a visualizar cualquier secuencia deportiva. En este caso, nosotros somos periodistas y necesitamos siempre la opinión en este caso de las mujeres, así nosotros podemos compartir opiniones e interpretar las palabras que el público femenino quiera escuchar.

**Alex Q.:** Sí opino lo mismo que la persona anterior, lo que pasa es que antes cuando todavía estaba CMD, había una mayor variedad de la presencia femenina, incluso estaba Romina Antoniazzi y se me han pasado otros nombres de mujeres, pero ahora ya no se ve tan frecuente a las mujeres en los programas deportivos, la última vez que vi una fue en Exitosa Deportes a Alexandra Holer, pero después las han tratado de dejar un poco de lado. Por justo hace unos días en el partido entre Binacional y Grau, tres mujeres fueron las encargadas de desarrollar todos los comentarios del partido, la narración y no lo han hecho nada mal, han sorprendido bastante, desde la forma de como narraba y las comentaristas, era muy importante, muy bueno escucharlo porque es bien pasional entonces eso te incentiva.

**Cynthia A.:** Bueno con la corta experiencia que he tenido al estar también en un centro de prácticas y ser parte de la producción de un programa deportivo, creo que al igual de lo que han comentado los chicos, a lo largo de los años no he sentido tanto la participación de las mujeres, pero últimamente y más con la experiencia que ya les comenté, si he visto que las chicas al igual que los chicos, tienen el mismo potencial de poder hablar y narrar acerca del deporte. Con esto ya nos damos cuenta de que no solo

los hombres pueden narrar, sino las chicas también lo pueden hacer de la misma manera que ellos. Aunque, por otro lado, he escuchado de personas que me han preguntado si conozco a alguna chica para que pueda ser parte de un programa deportivo, porque necesitamos la imagen de una chica para que sea la atracción de nuestro programa y por ese lado yo no lo veo tan bien de que una mujer sea la atracción de un programa deportivo, creo que debe ser un complemento. No utilizar a la mujer como un medio para atraer.

### **¿Cree usted relevante la información que transmiten?**

**Luis E.:** En realidad yo creo que sí, la semana pasada yo tuve un curso y estuve hablando con Talía Azcárate del canal dos, con Milena Merino también que está en Gol Perú y ellas comentaban sobre que era importante que la información que ellas también brindan dentro del medio de comunicación también sea tomada con seriedad. Aquí en el mundo deportivo quizás tengamos a periodistas que sean líderes de opinión y que no hablen solo de fútbol, sino de otros deportes en general. Este es un periodista que tiene muchos años en el ámbito deportivo, Elejalder Godos, yo recuerdo que hace años él viajaba para los juegos olímpicos donde Perú consigue su segundo lugar en el vóley, pero también sabía por el básquet y por el futbol. Las mujeres hoy en día saben hasta del fútbol femenino, antes en CMD como bien lo decía antes Alex, estaba Romina Antoniazzi, estaba Alexandra del solar, que hoy está dentro también de Gol Perú, ellas eran la imagen dentro de CMD y hoy en día la opinión de una dama debe ser también bien recalcada e importante para que la gente lo pueda tomar. Hoy en día creo que la imagen de DirecTv es Talía Ascárate, Oscar del Portal y otros más que son del extranjero. Yo pienso que en la actualidad vemos más chicas que dan la información verídica, ya no se les está tomando como si fuera solo una información sin importancia, que no le tanguen confianza. Hoy ellas confían en sus fuentes y eso es muy importante para el rol de la mujer en el periodismo deportivo.

**Bryan C.:** Si claro, como ya lo han mencionado antes hay varios ejemplos en los cuales la mujer se ha desempeñado de una buena manera, por ejemplo, no recuerdo muy bien el nombre del programa, pero en el canal 3 hay un programa que lo conduce una chica con Michael Succar, yo siempre veo ese programa, tienen muy buenas ideas y más que todo se complementan, no es que alguien tenga más conocimiento que el otro. En partidos de Copa Libertadores que se transmiten por Facebook, también hay reporteras que, si tienen conocimiento, aportan datos, porque normalmente estamos acostumbrados a ver reporteros que te hablan de años, estadísticas, datos, resultados, etc. Pero también hay mujeres ahora



que al menos en la línea de Fox Sport que si lo hacen, así que yo creo que la mujer está demostrando que si pueden tener un gran desempeño en cualquier deporte.

**¿Por qué considera usted que colocan a mujeres esbeltas en los programas deportivos, sin ser periodistas?**

**Andrea R.:** En lo personal yo siento que colocan más que todo a las mujeres, bueno si lo vemos desde otro punto de vista, en el caso de Jasmín Pinedo la mandaron al mundial sin ser estudiante de periodismo deportivo. Yo siento que los mandan simplemente por el hecho de ser personas famosas y tratar de llamar más la atención de la gente, sin ser estudiante de periodismo, porque si mandan a una estudiante de periodismo que ya egreso y no es conocido, no creo que vean tanto el programa, por eso mismo es que la mandaron, para que sea más visto la transmisión.

**Alex Q.:** Rescatando lo dicho por Andrea, agrego el tema de la imagen que va a jalar más Jasmín Pinedo que estaba en ese momento en el canal 2, que Alexandra Hörler, te va a jalar más una persona mediática, aunque no tenga tanto conocimiento. Porque recordemos que cuando llegó a Rusia, estuvo más para pasear que para brindar información solida sobre temas puntuales de los equipos, de los países o de la selección nacional, veíamos más cuando enlazaban la enfocaban como media hora turisteando, en la plaza roja y cuando le tocaba a Steve Romero, también le daban un poco de tiempo, pero de real información.

**Renato T.:** Respecto a esa pregunta, yo creo que va más por el lado que dijo Cinthya sino me equivoco hace un momento, que de repente la poner como símbolo de atracción, se podría decir o quizás ver a una mujer en un programa deportivo no es muy común como quisiéramos aquí en el Perú. Pero creo que tiene mucho de eso y creo que la mujer más que todo, en un programa deportivo debería ser más por calidad, que por cantidad. Hay mujeres que, si saben de fútbol, como ya lo explicó también Luis Espino, el caso de Talía Ascárate y Milena Merino, hay casos de mujeres que si saben mucho de fútbol y de deporte en general. Creo que si, en la pregunta específica que me has hecho, no es por eso, porque no es muy común y aparte el público objetivo de los programas deportivos son hombres, así que tal vez por ahí a los hombres cuando ven a alguien conocido le jala un poco más la vista la mujer o algo así y cuando se habla de fútbol genera más rating, creo que va más por ese lado.

**¿Usted ha sido testigo de hostigamiento por parte de periodistas hacia sus colegas mujeres en algún programa deportivo o tienen alguna anécdota que recuerden?**

**Edward S.:** Si, si mal no recuerdo ha sido en el programa Fútbol Total sino me equivoco, es un programa de Tv Perú, a la periodista Carolina Salvatore, la paraban agarrando de punto, pero es así, en ocasiones la hostigaban y priorizaban más las palabras de los hombres que estaban en el set y a ella no la tomaban mucho en cuenta, sino que un juego. Y para completar con todo lo que han hablado, a la mujer si bien es cierto la ponen en los programas no es porque sepan mucho de fútbol, es más por el físico, para llamar más la atención de una forma subliminal no necesariamente diciendo: miren el programa, voy a poner una mujer muy hermosa o conocida, para que puedan ver el programa. Pero yo aplaudo mucho a otros programas que si ponen a chicas jóvenes que saben puntualmente lo que es la rama más rica del periodismo deportivo, que a todos nosotros nos encanta.

**Luis E.:** Es una situación bien complicada, porque es algo que no se debe repetir. Se conoce que Gonzalo Núñez es un conductor que siempre te habla de todo, nunca es una persona respetable, como se le veía antes en Fútbol en América. Alexandra Hörler es una periodista deportiva que sabe mucho, pero también hay que añadirle a esto que ella se prestaba un poquito para el juego de Gonzalo Núñez, que también estaba acompañado por Oscar Paz y Silvio Valencia. También le pasó algo parecido que le pasó a Talía Ascárate, cuando comienza Gol Perú en las transmisiones en vivo, ella comienza ahí y no duró mucho, porque había tenido problemas con un conductor, que no quiso decir su nombre, pero si dijo que la habían sacado por pedido de un conductor y uno de los conductores dijo que no se iba a poner a pelear con una chica, que ni sabía porque la habían contratado y los mismos conductores le ofrecieron unas disculpas a Talía e incluso se sintieron avergonzados por la situación, pero ella solo optó por renunciar y no quiso volver a ese programa. Ese fue un tipo de discriminación.

**Joselyn J.:** En realidad a las mujeres no solo en el ámbito del periodismo deportivo se ha visto este tipo de exabruptos, sino también en el mundo de las comunicaciones en general. Cuantas veces hemos visto en los noticieros en donde a reporteras o a las conductoras sus compañeros les faltan el respeto por el simple hecho de ser mujeres. De cierta manera, estoy de acuerdo con lo que ha mencionado Luis, porque Alexandra Hörler en ciertos momentos se prestaba para llevar al tema por el lado de Gonzalo Núñez, pero tal vez lo hacían por querer ser más mediáticos o para que sea más llamativo. Aunque eso no debe dar pie a sus compañeros para faltarle el respeto a nadie, yo siento que mayormente llaman a periodistas mujeres para la imagen, porque al público de los programas deportivos son

más hombres normalmente, entonces de cierta manera lo veo por ese lado. Pero en estos tiempos no hay nada mejor que defenderse.

**Bryan C.:** Bueno es realmente lamentable, creo que la etiqueta del periodista Gonzalo Núñez ha cambiado desde que estuvo en Fútbol en América, creo que ahí lo manejaban un poco más, pero en Exitosa Deportes ya rebaso el límite de respeto. Como bien lo dicen la señorita Hörler también se prestó para la chacota, pero eso no es motivo ni razón para que alguien le llegue a faltar el respeto, aunque ya conocemos las actitudes del señor Núñez, pero igual no se puede traspasar esa barrera del respeto. Creo que casos así siempre se han visto y es por eso que se ven casos de mujeres denigradas, no solo en este campo deportivo, también se da en los espectáculos y hasta en los noticieros.

**¿Cree usted que a las mujeres no se les da la oportunidad de mostrar sus conocimientos en el ámbito deportivo y solo se limitan a seleccionarlas por cuestiones superficiales?**

**Alex Q.:** Yo conozco a muchas mujeres que son periodistas deportivas y ellas manejan muy buena información, de verdad son muy buenas en lo que hacen. Pero creo que ya es parte de la misma producción o es la línea del mismo canal, que no quieren darle más cabida a las mujeres, sobre todo en los programas que son más deportivos. Por ejemplo, Exitosa, es más enfocado en las noticias nacionales, espectáculos y no tanto deportivo, me enfoco más en eso, que no quieren darle más cabida a las mujeres para que no comiencen a tener una posición más sólida y compacta en el canal y que comiencen a desplazar a los hombres. Porque al menos en Exitosa Deportes, es donde se requiere más frescura porque siempre vemos a los mismos y se está volviendo en un programa muy vulgar y no sé, esa es mi opinión, que no quieren darle más oportunidades a las mujeres para que no sean aplazados.

**¿Cuál sería su reacción si ves a una dupla o a un trío de mujeres conduciendo un programa deportivo? ¿Vería ese programa?**

**Cynthia A.:** Como ya lo habían mencionado, no es tan común ver a mujeres conduciendo o narrando un programa deportivo, para mí sería de mucha admiración por ellas, ya que actualmente hay todavía muchas personas que tienen la mente cerrada, que son machistas, que pueden ser los productores del programa que no van a poner a la mujer. Pero si en esta ocasión se les da la oportunidad a las mujeres para que puedan ser mostradas de una

manera tal como profesional y con gran conocimiento en el periodismo deportivo, yo me sentiría muy contenta y con gran admiración, aunque ellas no me puedan escuchar, estaría felicitándolas por la gran labor que están haciendo, por demostrar que tanto los hombres, como las mujeres pueden lograr el mismo objetivo de informar.

**Andrea R.:** Si lo vería completamente, porque siento que es algo nuevo que va a llamar mucho la atención, aunque siento que los hombres no estarían tan acostumbrados a verlo, pero de mi parte yo creo que si sería muy bueno ver un programa hecho por mujeres y si es deportivo, aún mejor porque conozco chicas que les gusta muchísimo el fútbol, que les gusta todo lo que tenga que ver con el deporte y ver como que a los hombres ya es muy repetitivo, en cambio si vemos a mujeres estaría super bien.

**Edward S.:** Para mí no habría ningún inconveniente en mirarlo, más bien estaría admirado por tanta calidad, en este caso las mujeres en dar las noticias deportivas, no sería nada del otro mundo porque las cosas van cambiando. Yo sé que estamos en una sociedad machista, pero se también que, con el tiempo, nuestra sociedad va a implementar este feminismo. Vamos a poder ver esa creatividad, esa voz de mujeres en los programas, o sea, ya estamos cansados quizás de ver conducir a solo hombres, se ve más interesante un programa cuando lo conduce también una mujer. Y claro que lo vería, porque sé que me van a dar una buena información deportiva en este caso. Pero tiene que haber parcialidad también, tienen que verse de igual a igual, porque no podemos dejar de lado a las mujeres y tampoco a los hombres, se tendría que formar un equipo.

**¿Cuál cree usted que es el factor por el cual prefieren poner a conductores hombres en los programas deportivos?**

**Edward S.:** Creo que es simplemente porque hay personas, productores que no dejan creer o evolucionar en este caso a las féminas que quieren participar de este deporte maravilloso, pero no tenemos que cerrarles las puertas, hay que darles la oportunidad de explayarse en este mundo rico deportivo, no solamente a los hombres, yo pienso que hay mucho machismo en nuestra sociedad. Yo he tenido la oportunidad de trabajar en una productora y he visto a mujeres que han querido crecer, pero el jefe les ha cortado las alas, es lamentable, pero es nuestra realidad. Aplaudo bastante a los programas que permiten que la mujer pueda informar no solo deportes, sino también todo tipo de información.

**¿Cree usted que en algún momento se valorará a la mujer en el ámbito deportivo radial por sus conocimientos en el deporte y su buen desempeño profesional?**

**Bryan C.:** Pues es lo que se espera a futuro, más que todo por su conocimiento y las actitudes que lleguen a mostrar, para que se puedan tomar en cuenta a todas las periodistas mujeres. Realmente a manera personal, he estado acostumbrado a ver mujeres aficionadas al fútbol, ser comentaristas, pero no he tenido la oportunidad de ver a una mujer que narre e incluso si ustedes se percatan, en el mismo vóley el que relata es un hombre, la comentarista si es mujer, pero el que narra el partido siempre es un hombre y eso también debería cambiar. Yo estaría encantando, porque las mujeres le ponen un poco de frescura y dulzura al contenido.

**Luis E.:** Si, yo creo que ya se está valorando, como te repito a Milena Merino cuando estuvo en RPP creo que fue una de las mejores periodistas encargadas de cubrir a un equipo importante, tuvo una función muy importante, incluso los hinchas de ese equipo siempre se pegaban para escuchar la información que ella brindaba. Pasó el tiempo entró Andrea Closa, una periodista deportiva que es muy importante en el medio radial. Aunque se ve muy poco que puedan narrar el partido, pero Rosa Muñoz narro el partido de Binacional acompañada de Talía Ascárate y ahí se ve que se está valorando mucho hoy en día a las periodistas deportivas. Como repito, sería bueno que a las personas que van a ver un programa deportivo, no solo van a encontrar información de fútbol, sino de todos los deportes en general. Hay chicas que no conocían todas las disciplinas que se iban a jugar en los Juegos Panamericanos y finalmente los descubrimos los periodistas hombres también. Creo que ya se está respetando bastante la opinión de las chicas en lo que es el periodismo radial.

**Joselyn J.:** Si, yo creo que sí. Como bien lo dijo Luis, ya se está comenzando a valorar a las periodistas, aunque son muy pocas las conocidas. Les tienen que dar más que todo la oportunidad de poder demostrar todo el conocimiento que se tiene, no encasillarnos a leer y escuchar solo algunas cosas en las redes sociales. Pusieron el ejemplo de que los partidos de vóley los narra un hombre, cuando podría hacerlo una mujer también, siempre y cuando tenga todo el conocimiento que se necesita acerca de la disciplina. El ámbito deportivo es bastante amplio, no solo es el fútbol, si bien es cierto es el deporte rey, pero no es el único. Yo creo que estaría muy bien seguir viendo a mujeres y conociendo programas radiales o televisivos.

**Andrea R.:** Si, claro que sí. Como ya han comentado antes, todo está cambiando y las mujeres tenemos mucho potencial para poder conducir un programa deportivo, tanto radial

como televisivo. Si logramos nosotras como mujeres salir delante de una cámara en un programa deportivo siento que sería más visto.

**Alex Q.:** Acotando a todo lo que están opinando, las mujeres que estuvieron a cargo del partido entre Binacional y Grau han roto las barreras, en toda la historia de la Liga 1 han sido las primeras mujeres que han narrado un partido de fútbol en la liga más importante de nuestro país, pero para irnos un poco más lejos, también está el caso de la argentina Ángela Lerena que fue la primera comentarista de la selección argentina, eso nos da la oportunidad de que el fútbol ya está tratando de cambiar el tabú de que las mujeres no pueden, que no tienen que tener tanta cabida o que no tienen que tener tantas oportunidades en el fútbol porque supuestamente deben dominar los hombres cuando no es así, por más que el fútbol sea un deporte de contacto. A nosotros nos emociona saber que tenemos una competencia sana y que también está muy bien preparada para medirnos en la lucha por un puesto o por ver quien tiene más conocimientos, nos va a dar más ganas de seguir aprendiendo.

**Cynthia A.:** Yo opino que se está comenzando a valorar a la mujer, ya se están dando cuenta que las mujeres si tienen para crecer en el mundo deportivo y además eso hace crecer a nuevas oportunidades para todas las mujeres, para todas las chicas que les guste estudiar esta linda carrera. Estamos iniciando ya un 5% o 10% tal vez, me alegra bastante que las chicas que estamos acá, estamos estudiando periodismo deportivo o quieren perfeccionarse en esta carrera, en una sociedad aun machista puedan seguir adelante y seguir esta carrera tan hermosa. Porque ustedes como periodistas nacionales ya pueden sacar la cara e imponerse de aquí a unos años.

**Edward S.:** Por supuesto, esperemos que todo esto se haga costumbre en nuestra sociedad, ver más conversaciones con tu amiga, tu novia, tu hermana sobre fútbol, que sepan del tema, que les agrade añadir o dar ideas de las noticias deportivas, poniéndole ese toque femenino. Nosotros vemos siempre cuando estamos en la universidad, colegio o donde sea, formamos grupos y es muy bueno que en un grupo haya mujeres y no lo digo por machistas, pero ustedes nos complementan, aunque nosotros a veces no lo vemos todavía. Por eso para mí es muy importante la presencia de una mujer en el grupo, no por la belleza, sino por el lado de las ideas que ellas tienen, sumado a las nuestras. Y también para entrar al lado del deporte, hay un programa que si tuvo a la primera mujer conduciendo un programa deportivo en el canal 7 fue Carolina Salvatore, cuando comenzó el tema de la pandemia ella tuvo que ir sola y por fin pudo conducir el programa y le dio un toque de

alegría, hizo comentarios muy buenos y sabia vender la noticia deportiva, estoy seguro de que hasta lo hizo mejor que sus colegas que ya vienen pasando por Tv Perú. Esperemos que ver esto se haga costumbre, que ver mujeres narrando en un partido se haga costumbre en nuestra sociedad para que podamos ver igual, esa balanza que se nivele y que no esté para un lado o para el otro. Y que se dé el ejemplo a otros programas que tiene esa mentalidad antigua, que cambien el chip para que agreguen a la mujer para que aporte más conocimiento y que se puedan expresar también.

**Luis E.:** Yo quiero agregar que si a las chicas les gusta lo que es el periodismo deportivo, que luchen por llegar y puedan lograr ese sueño, van a ver malos comentarios, habrá gente que te va a criticar, van a decir que no saben nada de fútbol, los típicos insultos, a pesar de las criticas siempre hay que salir adelante y no hay que frustrarnos por todo lo que dicen, porque al final los que vamos a llegar al éxito somos nosotros, no las personas que dan esos comentarios negativos. Hay que seguir luchándola para las chicas que les gusta y pelear por lo que les gusta, siempre tratar de dar lo mejor, superarte cada día y aspirar a más siempre.

#### **Desgravación del segundo *focus group*:**

Buenas tardes, quería agradecerles por participar de este *focus group* el cual consiste en realizarles una serie de preguntas acerca de su percepción respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo, si no les hago alguna pregunta y quieren participar, levantan la mano para poder darles la palabra.

#### **¿Qué opina usted del desempeño de la mujer en los programas deportivos?**

**Franco P.:** Me parece que las mujeres si tienen un desempeño muy importante, que aportan al programa en donde trabajan, tienen un análisis objetivo y que están a la altura de cualquier opinión o análisis de cualquier hombre.

**Marjorie L.:** Opino que tienen un desempeño muy bueno, conocen un poco más o igual que un hombre, porque eso depende más del conocimiento e interés que le puedas tener a este estilo de periodismo. Si bien es cierto, hay periodistas deportivas de otro país que vienen a desempeñar su labor aquí y en este caso si se necesitara un poco más de preparación sobre el deporte peruano también.

**Jessica M.:** Creo que aún no es tan desarrollado o tan amplia como las de los varones, además que no he tenido la oportunidad de ver a muchas mujeres en este ámbito, siempre



los programas que he visto aquí en Perú, creo que todos los conducen hombres, ya sea radio o televisión, por eso es que a las mujeres no he podido analizar muy bien su desempeño. No es tan imponente la presencia de la mujer como la del hombre, esperemos que con el pasar de los años esto vaya cambiando y mejorando cada día más.

**Lorena P.:** La participación de la mujer en los programas de deporte no es muy significativo y si una mujer sale en esos programas es como una acompañante o simplemente porque viste algún vestido llamativo y es la asistente de la persona que esté hablando sobre fútbol. También podría ser que la utilicen sexualizándola, hay muchos programas peruanos que siempre hacen ese tipo de cosas, porque la mayoría de las mujeres que han salido en los programas no es tan relevante.

### **¿Cuál cree usted que es el rol de la mujer en el periodismo deportivo?**

**Jessica M.:** El rol de la mujer me parece que va más por el lado de ser la voz de todas las mujeres que estamos involucradas y nos guste el deporte, creo que siempre la sociedad en general ha sido un cuestionamiento que las mujeres no nos podemos dedicar a practicar un deporte que es netamente para varones, lo más clásico sería el fútbol, entonces creo que una mujer que se desempeñe como periodista deportiva, es interesante para que ayude a cambiar un poco esas ideas que tiene la sociedad que ya es pasado. También se tiene que ir transmitiendo de alguna forma sus comentarios de que tanto los hombres y las mujeres pueden desarrollarse y dedicarse a lo mismo sin distinguirnos por nuestro género. Considero que esto es uno de los principales roles de una mujer en el periodismo deportivo.

**Franco P.:** El rol yo creo que es el mismo de un hombre, pero la gran diferencia es la importancia que se le da y esto no viene de ahora, eso viene de hace años, solo que hoy en día a la mujer se le ha abierto un campo más grande que el que tenían antes. Los hombres acaparaban el 100% de los programas deportivos, hoy en día eso ha bajado, pero el rol creo que sí es el mismo que de un hombre.

**Nicolas S.:** En este caso de deber de la mujer en el periodismo deportivo me parece que tiene que haber igualdad, el rol debe ser igual que el del hombre. Deben tener el rol de informar, opinar siempre con la debida razón, con fundamentos, con ética, informar de buena manera y con información verdadera, que es lo importante en el periodismo.

**Lorena P.:** Yo creo que lo tomaría en general, el rol del periodista es informar y en este caso, hablar de deporte. Creo que el rol de la mujer es igual a la del hombre, debe tener esa misma labor.



### **¿Es relevante la información que transmiten?**

**Marjorie Lucero Espinoza:** Si es relevante, yo considero que la misma información que una mujer puede transmitir es la misma que un hombre, que sea mujer u hombre, no quiere decir uno va a tener más o menos información que el otro.

**Moises:** Si es relevante, para mí es muy importante lo que transmiten el día de hoy, se les ve bastante incursionada en el periodismo deportivo. Es muy importante la presencia femenina porque toda información que da llama mucho la atención del oyente o del televidente. Desde hace mucho tiempo, no se ve una mujer en el periodismo deportivo y el hecho que ya se vea a una mujer en el mundo deportivo es muy importante porque llama la atención de la gente que no está acostumbrada a ver todos los cambios. Eso tiene un plus muy importante dentro del periodismo deportiva, porque se puede escuchar las opiniones de ambos sexos y eso es fundamental en un programa.

**Kiara M.:** Es totalmente relevante porque es una periodista que ha tenido que investigar, estudiar, buscar sus fuentes para poder emitir la información, tanto la mujer como el hombre son capaces de hacer eso.

### **¿Por qué considera usted que colocan a mujeres esbeltas en los programas deportivos, sin ser periodistas?**

**Franco P.:** Bueno, yo creo que ahí tienen una manera errónea de ver a la mujer el productor o la persona que maneja el programa con el afán de querer llamar más la atención, porque no encuentro otra razón o jalar el ojo del hombre en ese caso también.

**Marjorie L.:** La verdad es que esto es algo que me molesta bastante, porque yo considero que están tratando de llamar la atención de los hombres porque hay mujeres esbeltas que están siendo utilizadas como un objeto sexual y eso me parece que está muy mal. Y lo más indigna es que hay buenas periodistas que están redactando y tratando de salir adelante, porque periodista es la que estudia y que le gusta lo que hace, no es solo una cara bonita, ni la que se ve bien o la que habla más. Uno para ser periodista tiene que conocer y si no conoces eres una persona que está ahí parada riéndose y nada más, yo creo que en el Perú y en cualquier lado el fin del periodista es informar, el periodismo es información y poner a una mujer esvelta no es dar esa información que se requiere.

**Jessica M.:** Este tipo de programas ponen a mujeres así por lo que la gran mayoría de los televidente u oyentes son hombres, entonces por ese lado es obvio que los varones les

llaman la atención eso, van a ver el programa porque ponen a chicas o mujeres bonitas y con un cuerpo esvelto. Por ello, toman esa opción para poder tener más contenido y captan la vista de su público objetivo, los cuales son prácticamente varones.

**Nicolas S.:** Yo creo que, en los programas deportivos, los productores o los jefes de prensa hacen esta elección porque tratan de llamar la atención llamando a modelos y las modelos. Ellas van a lograr captar la atención y el público se va a enganchar al ver a las mujeres en un programa deportivo sin ser periodistas, con su presencia ahí es suficiente.

**¿Usted ha sido testigo de hostigamiento por parte de periodistas hacia sus colegas mujeres en algún programa deportivo o tienen alguna anécdota que recuerden?**

**Lorena P.:** Bueno no he sido testigo, pero hablando en general siempre hubo ese tipo de hostigamientos, por lo mismo que tienden a sexualizar a la mujer y eso le juega puntos en contra a la mujer, ya ni vestidos pegados nos podemos poner porque ya le están viendo algo negativo o que supuestamente queremos llamar la atención de otra manera o quiere provocar otra cosa y no es así, es simplemente porque a uno le gusta y quiere sentirse bien.

**Moises:** La verdad es que yo no he notado nada raro, he visto a mujeres hablando de fútbol y obviamente es porque han estudiado, tienen una profesión. He visto en algunos programas deportivos tanto a hombres como a mujeres debatiendo, pero no he notado nada raro hasta el momento. Respetando siempre al otro, he visto mucho respeto, pero eso es lo único de que se fuera de pantallas, en la interna no sé cómo será eso.

**Franco P.:** Si lo he visto por televisión, en un programa radial que se transmite en televisión. Lo peor es que no se les sancionó de una forma correcta al periodista que realizó esta ofensa, sino que la mujer tuvo que retirarse del programa por un tema de dignidad y eso me parece perfecto, porque si no han sancionado a la persona que te faltó el respeto es mejor dar un paso al costado. Pero a mí en lo personal, no me ha pasado.

**Jessica M.:** No sé si hostigamiento, pero sí de menos preciar. Es como decir que por ser mujer uno no sabe de fútbol o de deportes, conocí un caso Gonzalo Núñez con Alexandra Hörler en el programa de Exitosa Deportes. Eso pasó después de un partido de Alianza Lima, ambos dieron su opinión y a Gonzalo Núñez no le pareció lo que Alexandra dijo y comenzó el tema de discusión, en donde ella le decía que es su opinión y tenía que respetarla. La verdad que fue una pelea bastante grande y se inició solo porque este hombre

no aceptó la opinión de una mujer. Por eso creo que hay quienes todavía les cuesta aceptar que una mujer también se puede desenvolver en esta rama del periodismo y dar su opinión.

**¿Cuál cree usted que es el factor por el cual prefieren poner a conductores hombres en los programas deportivos?**

**Kiara M.:** Yo creo más que todo que es un sistema psicosocial, o sea el machismo. Mira yo soy televidente de Movistar y veo que colocan muchas mujeres que son periodistas deportivas en transmisiones de vóley y no de fútbol, porque se continúa pensando que el fútbol es eso para hombres, cuando no es así. Por eso considero que es un problema psicosocial.

**Nicolas S.:** Bueno, si se deciden más por hombres periodistas en los programas deportivos, pero quiero decir dos cosas: la primera es más que todo porque siempre se ha hablado que los hombres son los que más prefieren el fútbol y el deporte, entonces al gustarles más saben mucho más también y es por ello que poner a hombres al momento de conducir el programa. Y lo segundo, es que la mayoría de las chicas no les gusta el tema del fútbol, entonces eso es lo que hace que se decida poner a hombres para hacer el programa. Pero en lo personal, hay un porcentaje de chicas que, si les gusta el periodismo deportivo, el fútbol y es por eso que merecen una oportunidad, en estos tiempos mucho más todavía y se debe seguir creciendo.

**Marjorie L.:** El factor principal es el machismo, porque si bien es cierto una mujer puede saber mucho sobre periodismo deportivo, pero la de un hombre siempre va a ser mejor. No debe tomarse por el lado de que a los hombres les gusta, practican ese deporte y como las mujeres juegan vóley, no significa que un hombre tenga que conducir. Si hablamos de periodismo deportivo debe acaparar todos los deportes, porque en sí el deporte no es solo fútbol o vóley, hay muchos deportes y no puede haber un hombre que solo habla de fútbol, porque no hay que olvidar las otras disciplinas.

**Luis P.:** Creo que la elección de hombres es porque consideran que verbalmente son los que pueden entender o dar su opinión de fútbol, por el mismo hecho que los programas deportivos en el Perú prácticamente hablan solo de fútbol y es un sector super machista porque como es fútbol, solo los hombres pueden hablar de eso y es probable que si ponen a una mujer en esos programas, es para ser acompañante o modelo que va al costado de la persona o presentador que está hablando acerca de esa disciplina.

**¿Cuál sería su reacción si ves a una dupla o a un trío de mujeres conduciendo un programa deportivo? ¿Vería ese programa?**

**Franco P.:** Si me llamaría bastante la atención y me daría ganas de verlo porque sería algo nuevo.

**Lorena P.:** Yo creo que sería el bom, algo diferente y si es una dupla de mujeres fantásticas que no hablen cosas superficiales, sino que sea información que llame la atención inmediata o simplemente dar un punto de vista diferente a los demás. Sería grandioso porque eso es lo que falta aquí en el país.

**Jessica M.:** Me asombraría porque sería la primera vez que vería un programa deportivo conducido solo por mujeres y también me importaría mucho verlo, porque con esto estarían cambiando ese chip de que solo los hombres podían conducir o desempeñarse en un programa deportivo, eso ya sería parte del pasado. Con esto ya se estaría dando un rol más importante a la mujer y eso está muy bueno.

**¿Cree usted que en algún momento se valorará a la mujer en el ámbito deportivo radial por sus conocimientos en el deporte y su buen desempeño profesional?**

**Marjorie L.:** Que yo sepa en el periodismo deportivo radial no he escuchado a ninguna mujer, me gustaría escuchar que de una opinión objetiva también. Lo principal es que este ahí por su propio conocimiento y valorar el trabajo que hacen al estar en un país o en un mundo machista, por el simple hecho de ser mujeres ya nos limitan a muchas cosas, porque el machismo abarca un montón de temas y yo considero que el feminismo tiene como objetivo buscar la igualdad, así sea mujer u hombre. El desempeño laboral tiene que ser igual, el conocimiento es algo que se nutre, por eso es que me gustaría ver a más mujeres en el periodismo deportivo.

**Kiara M.:** Yo considero que sí, aunque va a tomar bastantes años que se logre esta igualdad de género. Se va a lograr que una mujer este conduciendo un programa deportivo y no solo ella, también puede estar acompañada de un compañero, porque tampoco se trata de desmerecer a los periodistas deportivos, sino que ambos, tanto hombres como mujeres que tienen hasta la misma base de estudios y formación no tienen por qué excluir y desmerecer a uno.

**Franco P.:** Si, yo creo que sí. Y no solo nosotros, todo el mundo está cambiando y es solo cuestión de tiempo. Hay mujeres que hacen muy bien su trabajo, que les gusta, así que

pronto estaremos viendo conductoras, productoras, que toma bastante tiempo, pero si se logra y ya vamos por buen camino.

**Lorena P.:** Creo que sí, pero más adelante. Por el mismo hecho que una mujer periodista quiera dedicarse de lleno a la rama deportiva y que realmente la luca, porque si se llega a lograr que muestre todo su potencial, tiene conocimiento sobre esta información y si no hay alguno productor que quiera omitir ello, va a llegar muy lejos.

**Jessica M.:** Creo que en algún momento va a pasar, ya va a llegar el día en que se valore a la mujer en el ámbito deportivo. Así como al pasar de los años se está dando importancia a la mujer en distintas disciplinas deportivas que eran solo para hombres. Ojalá esto continúe para mejorar en todos los sentidos como sociedad.

**Nicolas S.:** Esto va a depender mucho de la producción de los programas deportivos, aunque sea radio o televisión, porque la mujer ahora está incursionando en el periodismo deportivo en general y creo que merecen mucho respeto e importancia por parte de sus compañeros y del mismo público que consume los programas de este medio. Pero yo siento que en la actualidad la mujer si está siendo valorada, respetada y se le está dando su oportunidad, oportunidad que no pueden desaprovechar. Y no tiene que ser solo radial, se tiene que valorar su participación en cualquier plataforma, porque es fundamental su presencia.

### ANEXO 11

#### Matriz de operacionalización de variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIONES	INDICADORES
El rol de la mujer en el periodismo deportivo.	Según la Real Academia Española (2021), el rol es la función de algo o algo que se desempeña.	Rol en el medio de comunicación	Profesional	<p>Las mujeres no van más allá de los confines de la casa y la familia.</p> <p>Las mujeres son esencialmente dependientes.</p> <p>Son pocas las ocasiones que las muestran aptas para tomar decisiones.</p>
La percepción de la mujer en el periodismo deportivo.	Para la Real Academia Española (2021), la percepción es la acción y efecto de percibir. Sensación interior que resulta de una impresión material producida en los sentidos corporales.	Percepción en los medios de comunicación.	Visual	<p>La presencia numérica de la mujer en los programas deportivos es inferior.</p> <p>Las conductoras desempeñan más una labor de modelo.</p>
			Auditiva	<p>Las conductoras no realizan comentarios trascendentales.</p> <p>No llegan a entablar debates con los compañeros.</p> <p>Leen solo comentarios.</p> <p>Proyectan inferioridad comunicativa.</p>