

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Escuela Profesional de Periodismo



TESIS

Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2021

(Para optar el título profesional de Licenciada en Periodismo)

PRESENTADO POR:

Mylene Soledad Calla Pérez

ASESOR (A):

Raúl Eduardo Graham Rojas

LIMA – PERÚ

2021

**INFORME DE SIMILITUD DE LA
TESIS DE MYLENE SOLEDAD CALLA PEREZ**

INFORME	
Título de la tesis	Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos, Lima 2021
Autor/a del trabajo de investigación (tesis)	Autor: Mylene Soledad Calla Perez DNI: 71696928
Asesor/a	Nombres y apellidos: Raúl Eduardo Graham Rojas ORCID: https://orcid.org/0000-0002-4602-488X D.N.I: 08876594
Grado para obtener	Título profesional de Licenciada en Periodismo
Fecha de la aplicación del software Turnitin	17 de octubre de 2023
Índice de similitud	20 %
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %
Responsable de la aplicación del Turnitin	Mg. Prisea Vilchez Samanez



Nota: Ver Informe Turnitin completo

Lima, junio de 2024

Prisea Vilchez Samanez
Jefe de Vigilancia de Originalidad del
Instituto de Investigación de la UJBM

Dedicatoria

En primer lugar, a Dios, quien hizo posible que pueda estar escribiendo estas líneas.

De igual manera, a mis padres y mi hermana, que colaboraron con la realización de esta investigación.

Por último, dedico este trabajo a aquellas mujeres que ejercen apasionadamente el periodismo deportivo y a los medios de comunicación que confían en su capacidad y apuestan por ellas.

Agradecimiento

A las periodistas entrevistadas, a mis compañeros, a los programas deportivos, a mi familia y a quienes permitieron y aportaron en la realización de este trabajo.

Sin ellos, la investigación no habría sido posible.

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Jaime Bausate y Meza presento ante ustedes la tesis titulada “Condicionantes Periodísticos De La Participación Femenina En Programas Deportivos Televisivos. Lima, 2021”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos necesarios para ser aprobada, puesto que, con los resultados obtenidos en esta investigación, se comprobó la problemática que enfrentan las féminas en el periodismo deportivo.

Debemos entender la gravedad de los condicionamientos en el periodismo, debido a que estos “determinan el trabajo del periodista, hasta tal punto que se puede decir que el periodista, por regla general, no hace lo que quiere sino lo que puede” (Reig y Domínguez, 2010, p. 49). Por otro lado, según las investigaciones revisadas, se pudo determinar que, la presencia de las mujeres en el periodismo deportivo se ha visto influenciada por los condicionamientos de género, siendo el machismo es el más predominante de ellos. Covarrubias (2009), señalaba que, “si bien es cierto se considera la presencia del sexo femenino, no hay mujeres entre los conductores y si es que las hay son solo el objeto sexual del programa” (párr. 1).

En el caso de las fuentes de los medios deportivos, como los patrocinadores y auspiciadores, no se evidenció un condicionamiento con respecto a la intervención de las mujeres en la labor periodística deportiva. Sin embargo, la situación cambia con los condicionamientos sociales, ya que las encuestas y entrevistas elaboradas demostraron que los estereotipos sí intervinieron en esta problemática. Demostrando que las periodistas, a lo largo de los años, se han visto expuestas a prejuicios por el simple hecho de ser mujeres y aunque su presencia en el área deportiva ahora es más notable, aún no se llega a la equidad en comparación a los varones. Además, el 77, 8% de los televidentes encuestados consideraron que hay favoritismo por el género masculino en los programas deportivos y el 58,9% señaló que existe discriminación contra la mujer en este tipo de programas.

Por lo cual, con esta investigación, la sociedad podrá tomar conciencia sobre ello, a fin de generar un cambio que impacte positivamente en el desarrollo de este rubro del periodismo.

Contenido

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Presentación.....	iv
Contenido.....	vi
Índice de tablas.....	ix
Índice de figuras.....	xi
Resumen.....	xiii
Abstract.....	15
Introducción.....	16
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	17
1.1 Descripción del problema.....	17
1.2 Formulación del problema de investigación.....	19
1.2.1 Problema General.....	19
1.2.2 Problemas Específicos.....	19
1.3 Objetivos de la investigación.....	19
1.3.1 Objetivo General.....	19
1.3.2 Objetivos Específicos.....	19
1.4 Justificación de la investigación.....	20
1.4.1 Justificación teórica.....	20
1.4.2 Justificación metodológica.....	21
1.4.3 Justificación práctica.....	21
1.5 Delimitación de la investigación.....	22
1.5.1 Temporal.....	22
1.5.2 Espacial.....	22
1.5.3 Social.....	23
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	24
2.1 Marco histórico.....	24
2.2 Antecedentes de la investigación.....	25
2.2.1 Antecedentes internacionales.....	25
2.2.2 Antecedentes nacionales.....	28
2.3 Bases teóricas.....	31
2.3.1 Bases teóricas de la Variable Independiente.....	31
2.3.2 Bases teóricas de la Variable Dependiente.....	40
2.4 Definición de términos básicos.....	48

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	54
3.1 Hipótesis de la investigación	54
3.1.1 Hipótesis general.....	54
3.1.2 Hipótesis específicas	54
3.2 Variables de investigación/categorías.....	54
3.2.1 Identificación y definición.....	54
3.2.2 Operacionalización de las variables/categorías.....	57
3.3 Métodos de investigación	63
3.4 Tipo, nivel y diseño de investigación	63
3.4.1 Tipo de investigación	63
3.4.2 Nivel de investigación.....	63
3.4.3 Diseño de investigación	63
3.5 Población y muestra.....	66
3.5.1 Población.....	66
3.5.2 Muestra.....	66
3.5.3 Muestreo.....	66
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	66
3.6.1 Técnicas.....	66
3.6.2 Instrumentos	67
3.7 Técnicas de procesamiento de datos	71
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	72
4.1 Descripción de los resultados	72
4.2 Contrastación de hipótesis	109
CAPÍTULO V.....	116
DISCUSIÓN.....	116
CAPÍTULO VI.....	119
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	119
6.1 Conclusiones.....	119
6.2 Recomendaciones	120
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	122
ANEXOS	130
1. Matriz de consistencia	130
Matriz de operacionalización.....	132
2. Instrumentos de investigación.....	149
3. Prueba de confiabilidad del instrumento	149
CUESTIONARIO (Prueba Piloto 1).....	152
CUESTIONARIO (Prueba Piloto 2).....	154

CUESTIONARIO (Prueba Piloto 3).....	156
CUESTIONARIO (Prueba Piloto 4).....	158
CUESTIONARIO (Prueba Piloto 5).....	160
GUÍA DE OBSERVACIÓN	174

Índice de tablas

Tabla 1 Variable independiente: Condicionantes periodísticos.....	55
Tabla 2 Variable dependiente: Participación femenina en programas deportivos	55
Tabla 3 Matriz de operacionalización de las variables (cuantitativo).....	57
Tabla 4 Matriz de operacionalización de las variables (cualitativo).....	61
Tabla 5 Validación de juicio de expertos.....	69
Tabla 6 Validación del instrumento guía de observación según criterio de expertos.....	70
Tabla 7 Prueba de confiabilidad de las variables.....	71
Tabla 8 Género.....	72
Tabla 9 Edad	73
Tabla 10 Regiones	75
Tabla 11 ¿En la televisión peruana predominan prejuicios negativos?	76
Tabla 12 ¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?	78
Tabla 13 <i>¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?.....</i>	79
Tabla 14 ¿Los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?.....	80
Tabla 15 Según su punto de vista, ¿la forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?.....	81
Tabla 16 ¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?	82
Tabla 17 ¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que SÍ lo hizo?	83
Tabla 18 ¿Los temas deportivos son más difundidos por la televisión, que por los medios escritos orales?	84
Tabla 19 ¿El contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener?	85
Tabla 20 ¿Considera que existen alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol?	86
Tabla 21 ¿Cree que el factor “género” es determinante para acceder a algunos puestos de trabajo?	87
Tabla 22 ¿Percibe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos?.....	88

Tabla 23 ¿La sociedad influye en la elección de los conductores o comentaristas de los programas deportivos televisivos?.....	89
Tabla 24 ¿Los factores externos como el poder o intereses personales influyen en la elección de los conductores o reporteros de TV?.....	90
Tabla 25 ¿Considera que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo?	91
Tabla 26 ¿Cree que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así brinda un contenido de calidad?.....	92
Tabla 27 ¿Considera que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad?.....	93
Tabla 28 ¿Los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico?.....	94
Tabla 29 ¿Cree que las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo?	95
Tabla 30 ¿Considera que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos?.....	96
Tabla 31 ¿Las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?	97
Tabla 32 Tabla de contrastación de hipótesis general en prueba Chi-Cuadrado	108
Tabla 33 Tabla cruzada de la variable 1 “Condicionamientos periodísticos” y la variable 2 “Participación femenina en los programas deportivos	109
Tabla 34 Tabla de contrastación de la hipótesis específica 1 en prueba Chi-Cuadrado	110
Tabla 35 Tabla cruzada de la dimensión “Condicionamiento de género” y la variable 2 “Participación femenina en los programas deportivos	110
Tabla 36 Tabla de contrastación de la hipótesis específica 2 en prueba Chi-Cuadrado	111
Tabla 37 Tabla cruzada de la dimensión “Condicionamiento social” y la variable 2 “Participación femenina en los programas deportivos	112
Tabla 38 Tabla de contrastación de la hipótesis específica 3 en prueba Chi-Cuadrado	113
Tabla 39 Tabla cruzada de la dimensión “Condicionamiento de las fuentes” y la variable 2 “Participación femenina en los programas deportivos	114
Tabla 40 Matriz de consistencia	129
Tabla 41 Matriz de operacionalización de las variables (cuantitativo).....	131
Tabla 42 Matriz de operacionalización de las variables (cualitativo).....	134
Tabla 43 Resultados de la guía de observación de los programas De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV	136
Tabla 44 Resultados del cuestionario a la periodista Camila Zapata	141

Tabla 45 Resultados del cuestionario a la periodista Milagros Crisanto.....	143
Tabla 46 Resultados del cuestionario al periodista Robert Malca.....	145
Tabla 47 Resultados del cuestionario a la periodista Rosa Muñoz	146
Tabla 48 Prueba de confiabilidad de las variables.....	148
Tabla 49 Validación del instrumento cuestionario según criterio de expertos	149
Tabla 50 Validación del instrumento guía de observación según criterio de expertos.....	150

Índice de figuras

Figura 1 Género.....	72
Figura 2 Edad.....	74
Figura 3 Regiones.....	75
Figura 4 ¿En la televisión peruana predominan prejuicios negativos?.....	77
Figura 5 ¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?.....	78
Figura 6 ¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?.....	79
Figura 7 ¿Los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?.....	80
Figura 8 ¿La forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?.....	81
Figura 9 ¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?.....	82
Figura 10 ¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que SÍ lo hizo?.....	83
Figura 11 ¿Los temas deportivos son más difundidos por la televisión, que por los medios escritos o radiales?.....	84
Figura 12 ¿El contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener?.....	85

Figura 13 ¿Considera que existen alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol?.....	86
Figura 14 ¿Cree que el factor “género” es determinante para acceder a algunos puestos de trabajo?.....	87
Figura 15 ¿Percibe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos?.....	88
Figura 16 ¿La sociedad influye en la elección de los conductores o comentaristas de los programas deportivos televisivos?.....	89
Figura 17 ¿Los factores externos como el poder o intereses personales influyen en la elección de los conductores o reporteros de TV?.....	90
Figura 18 ¿Considera que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo?.....	91
Figura 19 ¿Cree que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así brinda un contenido de calidad?.....	92
Figura 20 ¿Considera que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad?.....	93
Figura 21 ¿Los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico?.....	94
Figura 22 ¿Cree que las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo?.....	95
Figura 23 ¿Considera que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos?.....	96
Figura 24 ¿Las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?.....	97
Figura 25 ¿Las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?.....	97

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene por finalidad identificar los condicionantes periodísticos que limitan la participación femenina en los programas deportivos. La investigación fue de tipo mixta de nivel descriptivo y diseño no experimental, etnográfico y hermenéutico. El estudio contó con las impresiones de algunos profesionales del periodismo de diferentes medios deportivos reconocidos. La muestra estuvo compuesta por 4 periodistas y por 85 televidentes de los programas deportivos *De fútbol se habla así* y *Conexión DIRECTV*, los cuales también fueron observados y analizados. Para la recolección de datos cuantitativos se emplearon las técnicas de: la encuesta, con un cuestionario de Escala Likert, y la revisión documental, mediante fichas bibliográficas, hemerográficas y registro de páginas electrónicas. Mientras que para el desarrollo cualitativo se emplearon las técnicas de: la entrevista (estructurada), a través de un cuestionario con preguntas abiertas; la observación, mediante la guía de observación y el análisis documental, a través de fichas.

Como resultado, se identificó que, existen condicionantes periodísticos que limitan la participación femenina en los programas deportivos, entre los cuales resaltan el machismo, los estereotipos, la brecha de género, entre otros.

En *De fútbol se habla así* se evidenció que hay preferencia, en cuanto a cantidad, por los conductores hombres, puesto que solo cuenta con una fémina como panelista. Mientras que, en *Conexión DIRECTV*, sí hay equidad entre los conductores, ya que solo son dos (un hombre y una mujer). Sin embargo, en ciertas ediciones, la conducción está a cargo exclusivamente por varones.

Con respecto al condicionamiento de género, se distinguió que en ambos programas hay presencia femenina, pero llama la atención la diferencia en cuanto a cantidad de conductores hombres y mujeres. Claramente, se distingue la preferencia por el género masculino. Mientras que, en los condicionamientos sociales, las encuestas permitieron determinar que, para los televidentes, los estereotipos, el machismo y el desconocimiento, son algunos de los factores que influyeron en la presencia de las féminas en los programas deportivos.

Por otro lado, en el caso de los condicionamientos por parte de las fuentes, se distinguió que, los patrocinadores o el área de relaciones públicas de algunos clubes deportivos, no influye o determina la presencia de una fémina en el ejercicio del periodismo

deportivo, en ambos programas mencionados.

Finalmente, en este trabajo de investigación se concluye que, pese a que cada vez se observa mayor participación femenina en esa especialidad del periodismo, y que los periodistas varones lo hayan aceptado de buena manera, todavía no se logra una equidad en el aspecto laboral dentro de dichos programas deportivos televisivos.

Palabras clave: deporte, estereotipos, fútbol, género, mujer, periodismo, televisión.

Abstract

The purpose of this research work was to identify the journalistic conditions that limit female participation in sports programs. The research was of a mixed type with a descriptive level and a non-experimental, ethnographic and hermeneutic design. The study had the impressions of some journalism professionals from different recognized sports media, and for this the technique of structured interviews was used. The instrument was the questionnaire. The sample consisted of 4 journalists and 85 viewers of the sports programs *De Fútbol Se Habla Así* and *Conexión DIRECTV*, which were also observed and analyzed. For the collection of quantitative data, the following techniques were used: The survey, with a Likert Scale questionnaire, and the documentary review, through bibliographic and hemerographic records and registration of electronic pages. While for the qualitative development the techniques of: The (structured) interview were used, through a questionnaire with open questions; observation, through the observation guide and documentary analysis, through files.

As a result, it was identified that there are journalistic conditions that limit female participation in sports programs, among which sexism, stereotypes, the gender gap, among others, stand out.

In the programs *De Fútbol Se Habla Así* and *Conexión DIRECTV*, which were analyzed, the following could be detected: In *De Fútbol Se Habla Así*, it was shown that there is a preference, in terms of quantity, for male drivers, since it only has a female as a panelist. While in *Conexión DIRECTV*, there is equality between the drivers, since there are only two (a man and a woman). However, in certain editions, driving is carried out purely by men.

Regarding gender conditioning, it was noted that there is a female presence in both programs, but the difference in the number of male and female presenters is striking. Clearly, the preference for the masculine gender is distinguished. While, in terms of social conditioning, the surveys allowed us to determine that, for viewers, stereotypes, sexism and ignorance are some of the factors that influenced the presence of women in sports programs.

On the other hand, in the case of the conditioning by the sources, it was distinguished that the sponsors or the public relations area of some sports clubs do not influence or determine the presence of a female in the exercise of sports journalism.

Finally, in this research work it is concluded that, despite the fact that there is an increasing female participation in this specialty of journalism, and that male journalists have accepted it in a good way, equity in the labor aspect is still not achieved. in these television sports programs.

Key words: gender, journalism, soccer, sport, stereotypes, television, woman

Introducción

El deporte, desde sus inicios, ha movido masas, por tal motivo es que la información deportiva ha generado gran demanda entre los lectores, televidentes u oyentes.

Sin embargo, pese a que cada vez más personas se interesan por los temas deportivos, todavía se verifica la diferencia de género entre el sexo femenino y masculino en algunos medios de comunicación, como la televisión, específicamente en el caso del periodismo deportivo.

En el Perú, recién a partir del año 1974 se registra la presencia de la primera mujer en el ámbito del periodismo deportivo, con la aparición de Gladys Grimaldi, quien hizo sus pininos en el diario “La Prensa”, lo cual no fue una tarea fácil, debido a que ese puesto estaba dominado en su totalidad por el género masculino.

Por tal motivo, este estudio tiene como propósito identificar los condicionantes periodísticos determinantes en la participación de las féminas en esta rama del periodismo.

El presente trabajo abarca cuatro capítulos. En el primero se describe el problema planteado. A su vez, se presentan los objetivos, la justificación y la delimitación de la investigación.

En un capítulo segundo se desarrolla el marco teórico que detalla los antecedentes, las bases teóricas propiamente y el marco conceptual.

El tercer capítulo señala la metodología que contiene la hipótesis, la definición de las variables de estudio y la inclusión del tipo, nivel y diseño de la investigación, así como la muestra y los instrumentos utilizados.

Finalmente, en el último capítulo se indican los resultados obtenidos, las conclusiones alcanzadas en esta investigación y las referencias bibliográficas revisadas. De igual manera, se mencionan las recomendaciones elaboradas por el autor, así como los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

El periodismo deportivo es una de las especialidades del periodismo que está teniendo mayor protagonismo en los medios informativos. Rojas (2014, p.178) menciona que el periodismo deportivo “ha cobrado un creciente protagonismo hasta afianzarse en el momento actual como la tipología informativa de mayor alcance social en una buena parte de los países tanto europeos como americanos”. Al igual que Salinas (2015), quien considera que “es tal su relevancia, que en muchos países se habla del “fenómeno” del periodismo deportivo”. Tanto así que ha logrado consolidarse como una de las ramas por excelencia del periodismo. Para precisar el concepto, Alcoba (1999, p.23) lo define como el “género cuya información se dedica, con exclusividad, al tratamiento específico de cuánto sucede en el mundo del deporte”.

Sin embargo, a pesar de la notoria relevancia y los avances que ha tenido la profesión en cuanto al contenido y a la forma de comunicar, también se ha hecho evidente la poca participación de la mujer en este ámbito, sobre todo en la televisión. Como señala Fernández (2015) “resulta extraño un rostro femenino presentando la información deportiva general, salvo en retransmisiones de deportes considerados femeninos (natación sincronizada, patinaje sobre hielo, gimnasia artística y deportiva) (p.7).

Este último dato se evidencia mediante la observación, puesto que en diversos encuentros, seminarios o cursos de adiestramiento dirigidos a periodistas que informan de temas deportivos, usualmente no se aprecian mujeres.

Es muy poco común ver a una periodista mujer cubriendo o narrando un partido futbolístico. Pero su presencia es aún inferior cuando se trata de reporteros o enviados especiales (Calvo y Begoña, 2016, pp. 1.230 a 1.242).

El ingreso de la mujer al mundo periodístico se dio a fines del siglo XIX e inicios del siglo XX e implicó una gran alteración social, debido a que esta era solo relegada a realizar las actividades del hogar o tareas que se consideraban “menos importantes”.

Incluso las pocas mujeres periodistas que se han ganado un lugar en la televisión, dan la percepción de que están ahí, no para informar, sino con el fin de ser del agrado de los espectadores o para satisfacer sus gustos visuales, al ser presentadas con escasa o provocativa ropa. Lo cual se evidencia, cuando la cámara decide enfocar más sus atributos físicos en vez de poner su cara o sus expresiones cuando están dando una opinión. Es decir, incluso los camarógrafos o productores de dichos programas se preocupan más en mostrar la apariencia y atributos físicos de estas periodistas, en vez de su talento y profesionalismo, tal como se ha demostrado en diversas encuestas realizadas por medios televisivos al público consumidor.

Convirtiendo así a la mujer en un “objeto” de atracción para poder incrementar los niveles de audiencia; sin embargo, ese método no solo es recurrente en el Perú, sino también en otros diversos países, producido por el sólido concepto estereotipado de la mujer (Cáceres y Vásquez, 2020, p. 37).

Esta situación estereotipada se debe en gran medida a la falta de credibilidad que tiene el público por el simple hecho de que una fémina sea quien transmite un mensaje y la que se ve involucrada en el deporte, sobre todo en el ámbito futbolístico, ya que gran parte de la población ve el fútbol como un deporte exclusivamente masculino. Esta idea es reforzada por Tajer (1998, p. 248), quien consideraba que el fútbol constituía “un área social privilegiada de la constitución de la subjetividad masculina y de relevamiento de la vida cotidiana de los varones”.

Y esto es un serio problema ya que los medios de comunicación tienen un gran poder de influencia en la socialización y en la manera de pensar de las personas, incluso los ayuda a ubicar modelos de significación. Por lo tanto, sería lógico que fomentaran el trato igualitario entre mujeres y hombres, dejando de lado cualquier acto discriminatorio. Sin embargo, eso no está sucediendo.

Si esta situación continúa así y no se hace nada al respecto, habría graves consecuencias, puesto que esta problemática influenciaría en los futuros interesados en la carrera a que no vean esta rama del periodismo con el mismo interés.

En este contexto conviene estudiar con mayor detalle las oportunidades que se le están brindando tanto a los periodistas deportivos hombres como a las mujeres, y analizar minuciosamente si los factores condicionantes en consideración son equitativos y razonables.

1.2 Formulación del problema de investigación

1.2.1 Problema General:

¿Cuáles son los condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV?

1.2.2 Problemas Específicos:

- ¿Cuáles son los condicionantes de género de la participación femenina en los programas deportivos televisivos De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV?

- ¿Cuáles son los condicionantes sociales de la participación femenina en los programas deportivos televisivos De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV?

- ¿Cuáles son los condicionantes de las fuentes de la participación femenina en los programas deportivos televisivos De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General:

Identificar los condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Distinguir los condicionantes de género de la participación femenina en los programas deportivos televisivos De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV.

- Distinguir los condicionantes sociales de la participación femenina en los programas deportivos televisivos De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV.

- Distinguir los condicionantes de las fuentes de la participación femenina en los programas deportivos televisivos De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación teórica

La presente investigación se justifica teóricamente en la tesis realizada por Barboza (2016), quien determinó la función que cumplía la mujer en la cobertura del fútbol en la prensa peruana de dicho año y obtuvo como resultados que hay escasa presencia femenina en ese tipo de eventos y que el público televidente mantiene la percepción de que la mujer necesita esforzarse doblemente si quiere laborar en este campo especializado, concluyendo así que aún existen prejuicios y que dichas creencias negativas ponen en duda la eficacia de las féminas en esta labor periodística.

Otra teoría base para el desarrollo de esta investigación fue la tesis de Jiménez, V. (2012), quien demostró que, aunque a través de los años la presencia de las mujeres en esta rama ha ido en incremento, la diferencia con el sexo opuesto aún es notoria y su paso a lo largo de este recorrido periodístico no ha sido nada fácil. Cabe señalar que esto representa una gran problemática porque no se respetan ni los Principios Internacionales de ética profesional del periodismo declarados por la UNESCO (artículo 9), ni la Declaración de principios sobre la conducta de los periodistas de la Federación Internacional de Periodistas (artículo 7) o la Resolución 1.003 del Consejo de Europa (artículo 33), en donde se destaca la necesidad de evitar la discriminación y los estereotipos por razones de raza, religión, nacionalidad y género. Sin embargo, a pesar de esta claridad en el ámbito de la autorregulación, sigue existiendo una clara discriminación de género en el periodismo deportivo (Boyle, 2006; Rojas-Torrijos, 2011).

Gracias a estos importantes aportes se identificaron y analizaron los condicionantes periodísticos que limitaron la presencia femenina en los programas deportivos, efectuándose para el caso algunos instrumentos de evaluación, como las encuestas y entrevistas.

1.4.2 Justificación metodológica

Esta investigación se justifica metodológicamente de la siguiente forma: El primer aspecto tomado en cuenta fue la viabilidad del estudio, debido a que se contaba con los recursos para elaborarlo y las fuentes que aportaron a la investigación. Se requirió de tres expertos en el rubro del periodismo, quienes, a través de un juicio de expertos, validaron el instrumento, por lo que pudo ser ejecutado en la muestra correspondiente, la misma que puede ser replicada o tomada como referencia para otras investigaciones similares.

El estudio tuvo un enfoque mixto, puesto que se emplearon técnicas de ambos tipos. Técnicas para la investigación cualitativa como entrevistas (a 4 periodistas profesionales) y la observación para evaluar el desarrollo de los programas deportivos televisivos. Para la investigación cuantitativa se empleó la técnica de la encuesta a 85 televidentes de entre 13 y 35 años.

Los instrumentos empleados para la investigación cualitativa fueron: La guía de entrevista compuesta por 5 preguntas abiertas y la guía de observación para llevar el control y registro de los programas deportivos analizados. Para la investigación cuantitativa se empleó el cuestionario escala Likert para poder consultar a los 85 televidentes que consumen los programas deportivos estudiados, a fin de garantizar una adecuada investigación.

Se empleó un nivel descriptivo, ya que sirvió para detallar de qué forma se manifiestan los condicionantes. El diseño fue no experimental, porque las variables fueron observadas y analizadas tal como se dan en su contexto natural. El método aplicado fue etnográfico y hermenéutico, el cual permitió evaluar a los periodistas involucrados en la materia, así como analizar los programas televisivos deportivos en cuestión, a través de un registro diario. Además, se revisaron artículos y tesis relacionadas al objeto de estudio, con la finalidad de obtener más información que contribuyera a la investigación.

1.4.3 Justificación práctica

Este estudio cobra importancia debido a que contribuirá a romper esa desigualdad que existe en el periodismo deportivo, exponiendo los diversos factores influyeron en la trayectoria de la mujer en este ambiente periodístico, así como las condiciones que determinaron sus oportunidades laborales, lo cual es pertinente puesto que aportará al periodismo deportivo una visión más objetiva acerca de sus líderes de opinión y beneficiará los futuros profesionales

interesados en esta carrera a conocer más acerca de esta rama deportiva, en donde, a pesar de que es en menor medida, estos condicionantes todavía siguen latentes al momento de ofrecer oportunidades laborales, lo cual afecta la integración de las féminas interesadas en este rubro.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Temporal

Los objetos de estudio fueron evaluados en distintos periodos de tiempo. Las entrevistas a los periodistas, al igual que el análisis y observación de los programas deportivos De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV, se realizaron durante un mes. Desde el 2 de noviembre hasta el 23 de noviembre del 2020, para completar las fichas de observación de los programas de TV, mientras que las entrevistas se desarrollaron desde el 28 de octubre hasta el 10 de noviembre del 2020.

Por otro lado, la encuesta virtual a los televidentes fue por un periodo de 2 meses, desde el 10 octubre hasta el 8 de diciembre del 2020.

1.5.2 Espacial

El ámbito geográfico se dividió en Lima Metropolitana, en el distrito de Jesús María, donde se realizó las entrevistas virtualmente a los periodistas deportivos, desde el 10 de noviembre del 2020 hasta el 19 de noviembre del 2020, y se cuenta con las grabaciones correspondientes. Asimismo, en las regiones de Áncash, Arequipa, Cajamarca, Lima, La Libertad (Trujillo), Piura y Junín (Huancayo), se llevó a cabo la encuesta de manera virtual mediante el formulario de Google, a estudiantes y televidentes de dichas zonas.

Por otro lado, la interpretación y el análisis correspondiente a los resultados fueron desarrollados desde casa, en el distrito de San Martín de Porres, debido al confinamiento por la pandemia de la Covid-19.

1.5.3 Social

Esta investigación contó con la participación de 4 periodistas deportivos televisivos, quienes se desenvuelven en el rubro y tienen vasta experiencia sobre el tema, como Camila Zapata, Milagros Crisanto, Rosa María Muñoz y Robert Malca.

Además, se requirió la colaboración de 85 jóvenes televidentes entre 13 y 35 años quienes fueron encuestados a fin de brindar su punto de vista referente al tema de estudio. Se espera que, con la obtención de estos resultados, se genere un impacto positivo en la sociedad que permita romper la brecha de género y brindar las mismas oportunidades de crecimiento profesional, tanto a los varones como a las mujeres, que se encuentren interesados (as) en este ámbito del periodismo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

El ejercicio del periodismo deportivo se remonta a mediados del siglo XIX cuando los lectores comenzaban a interesarse cada vez más sobre ese ámbito, lo que generó la creación de diarios especializados que informen puntualmente sobre temas específicos. Alcoba (1993) sostuvo que fue en Londres donde surgió el primer diario llamado “Sportman”, mientras que en Francia apareció “Le Veló” en el año 1892.

Sin embargo, el interés de los consumidores del deporte seguía en crecimiento, a causa de los eventos deportivos, lo cual fue demostrado en los Juegos Olímpicos de Atenas.

Sobre ello, Alcoba (1993) precisaba:

En los primeros de ellos de la era moderna celebrados en Atenas en 1896, entre los setenta mil espectadores, testigos de las competiciones, se encontraban los corresponsales del diario parisino Le Figaró y el londinense The Times, empezándose a publicar ya las primeras crónicas sobre deportistas y resultados. (p. 38)

Por otro lado, los medios de habla hispana, recién en 1906 aparecieron en Europa los primeros diarios deportivos españoles: El Sport Español, El Mundo Deportivo, Crónica del Sport, La Semana Madrileña y La Revista Ilustrada de Sports. Mientras que, en Perú, esta rama del periodismo data del 3 de agosto de 1892, cuando dos diarios peruanos, “El Nacional” y “El Callao, publicaron que el domingo 7 se jugaría en Santa Sofía un partido entre limeños y chalacos, según el libro “El fútbol asociado” de Cajas, A. (1949).

Con respecto a la presencia femenina en los medios de comunicación deportivos, hasta mediados del siglo XX, aún seguía siendo un tema pendiente, puesto que su participación en este rubro era inferior a la de los hombres. Esta información es respaldada por Fernández (2015), quien sostiene que la incorporación de las mujeres en este ámbito fue tardía y atravesó muchas dificultades, a causa de los estereotipos sociales

y culturales.

Según los registros de García (2017), María del Carmen Izquierdo es considerada la auténtica mujer pionera en los medios deportivos, siendo la primera fémina en desempeñarse como comunicadora burgalesa en el área de la información del deporte.

En el ámbito local, recién a partir del año 1974 se registra la presencia de la primera mujer en el periodismo deportivo, con la aparición de Gladys Grimaldi de Arce, quien hizo sus pininos en el diario “La Prensa”. En una entrevista con Portal Z, Grimaldi señaló que la miraban “como un bicho raro”. Sin embargo, años después surgieron otros nombres que también lograron resaltar en este rubro. En los años 90, aparecieron “Los Ángeles de Alberto”, conformado por Renata Casalino, “Chichi” Casanova, Carla Stagnaro y Silvana Arbulú, quienes fueron las primeras periodistas deportivas de televisión nacional (Fernández, 2015).

Mientras que, en los últimos 20 años, desde 2002 aproximadamente, ya empezaron a figurar los nombres de Romina Antoniazzi, Laura Spoya, Carola Román, Rebeca Ampa, Clelia Francesconi, Alexandra Horler, Alexandra del Solar, Joana Boloña, Mónica Belaúnde, Ana María Picasso, Milena Merino, Ana Lucía Rodríguez, Karla Chocano, Luciana Ochoa, Milagros Crisanto, Rosa María Muñoz y Camila Zapata, quienes se fueron posicionando en este rubro.

La preferencia por los periodistas masculinos, en comparación con la escasa presencia femenina, se pudo evidenciar en el Mundial Rusia 2018, donde la selección peruana, después de 36 años, volvió a participar del evento futbolístico más importante del mundo. Los grandes medios invirtieron elevados montos en equipos técnicos y dispusieron de personal para la cobertura de dicho evento. Sin embargo, fueron muy pocas mujeres periodistas que participaron de dicho evento y las que estuvieron involucradas, fueron designadas a actividades extradeportivas o consideradas de un rango inferior, a diferencia de su homólogo masculino.

2.2 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Antecedentes internacionales

Ontaneda et al. (2020) en su investigación “La mujer como periodista especializada en deporte. Caso provincia de Loja, Ecuador”, tuvieron como objetivo conocer y analizar las causas condicionantes para que las mujeres periodistas de la

ciudad ecuatoriana de Loja no se especialicen en el ámbito deportivo. Para ello, desarrollaron una metodología cualitativa y su muestra estuvo compuesta por los ciudadanos locales ciertos directivos de programas especializados en deporte, a quienes encuestaron y entrevistaron, respectivamente. Además, emplearon instrumentos de observación.

Dicho estudio les permitió concluir que aún no se superan ciertos estereotipos con respecto al rol de la mujer en el periodismo y que, entre las causales que desmotivan a las féminas a involucrarse en este rubro del periodismo, se encuentran: la escasa preparación recibida en la academia para familiarizarse con referentes teórico-prácticos sobre el tema, el limitado apoyo de los directores y productores de programas deportivos, así como la insuficiente remuneración económica recibida, en comparación de sus homólogos masculinos.

En la investigación realizada por García (2017) se explicó la participación de las féminas en el rubro deportivo del periodismo español, para lograrlo empleó el método mixto (cuantitativo, basada en la estadística, y cualitativo). La muestra estuvo compuesta por los periodistas deportivos que laboran en los diarios deportivos más conocidos de España, los cuales son Marca, As, Mundo Deportivo y Sport, así como el programa radiofónico Carrusel Deportivo y los programas televisivos Deportes Cuatro y Jugones. Todos ellos fueron entrevistados mediante el instrumento del cuestionario.

Al final de este estudio, los resultados demostraron que la mujer está infravalorada en los medios comunicacionales deportivos de España y se evidenció que el deporte femenino es prácticamente invisible en estos medios. Además, García concluyó que en las notas o reportajes periodísticos deportivos en donde la mujer es la protagonista, el lenguaje que utilizan para referirse a ella, es de un modo estereotipado, a diferencia de los contenidos informativos donde el varón es el protagonista.

Vidal (2016) en su investigación abarcó el desenvolvimiento de la mujer periodista en el periodismo deportivo de España, específicamente en los diarios As y Marca. Para dicho estudio emplea un diseño cualitativo y su muestra estaba compuesta por las profesionales que trabajan en los diarios deportivos con más difusión en España: Marca y As. Entre ellas se encuentran: Aimara Garteizgoxeascoa Gil, Marta Rodríguez Peleteiro, M. Del Carmen Jiménez Durillo, Patricia Cazón Trapote, Sarah Castro

Lizarazo, Sonia Gaudioso Ortiz, Elena Cascales Ruiz, Malvina Dodi, Bárbara Prieto Muñiz y Carmen Trueba Parejo, quienes fueron entrevistadas (de manera estructurada) mediante el instrumento del cuestionario.

Al final de este estudio, los resultados demostraron que las mencionadas periodistas iniciaron el ámbito periodístico deportivo por vocación y que el número de féminas en los medios deportivos españoles ha aumentado considerablemente estos últimos años, sin embargo, continúan teniendo una baja representación en algunos espacios. Por otro lado, según declararon las entrevistadas, la condición de mujer no supone actualmente un freno para entrar en un medio deportivo y los prejuicios se están eliminando de forma paulatina en las redacciones.

Lorda, A. y Piccardo, B. (2016) en su tesis “Posición fuera de juego: las voces, los cuerpos y los espacios de las mujeres en el campo del periodismo deportivo” demostraron que el periodismo deportivo en Argentina se constituye en un espacio social donde ser hombre o ser mujer es determinante, y que las mujeres que logran ingresar en ese rubro, no ocupan espacios de prestigio debido a que la práctica en sí de este deporte, es por definición masculina. Para ello, emplearon el método cualitativo, desde una perspectiva descriptiva. Su muestra abarcó a las mujeres que participan en los programas televisivos “Concentrados en red” de DeporTV; “DeporTV Noticias” (2 ediciones), DeporTV; “Fútbol Permitido”, TV Pública; “Sportia” (2 ediciones), TyC Sports y “Central Fox” (2 ediciones), Fox Sports y “Fútbol para Todos”, por lo que empleó el instrumento de la observación.

Los autores concluyeron que, en los programas deportivos televisivos donde aparece una mujer periodista, esta es representada con el prototipo de atributos físicos propios de un cuerpo hegemónico: bella, joven y esbelta.

Fumero (2015) en su tesis presentada dio a conocer el papel secundario que tiene la mujer en su labor como periodista de deportes y para ello empleó el método cualitativo. Su unidad de análisis estaba compuesta por los medios radiofónicos deportivos, la Cadena Cope y la Cadena Ser, y en televisión, Jugones de Atresmedia y Televisión Española, por lo cual aplicó el instrumento de la observación, a fin de obtener resultados certeros, los cuales confirmaron que las primeras comunicadoras deportivas

en sus inicios profesionales encontraron un espacio abarcado y liderado por varones y que en el contexto social se caracterizaba por el machismo. Por otro lado, Fumero corroboró que actualmente aún son muchas profesionales del periodismo que tienen que lidiar con estas situaciones adversas y el número de periodistas femeninas que participan en el periodismo deportivo es muy inferior al de periodistas masculinos. Sin mencionar que la mujer dentro de este sector está más relacionada con la idea de belleza frente a su labor periodística

2.2.2 Antecedentes nacionales

Rivas (2021) en su tesis exploró las experiencias, funciones y desafíos en el rol profesional de mujeres del periodismo deportivo en la ciudad de Lima, 2020. Para ello, empleó un enfoque cualitativo con método inductivo, lo cual le permitió desarrollar conceptos a partir del recojo de datos. Con respecto a la muestra, seis periodistas en actividad fueron entrevistadas (de manera semiestructurada), a fin de conocer de cerca las experiencias y funciones que realizaban en su centro laboral. Como resultados, obtuvo que la predominancia de la mujer periodista ha dado realce y se nota atisbos de su presencia en medios de deporte. Además, las periodistas entrevistadas aseguraron que reciben un trato igualitario por parte de sus colegas, debido a su eficiencia en el cumplimiento en el trabajo. Finalmente, la autora concluye que, para muchas de las periodistas entrevistadas, fue todo un desafío ejercer su profesión, debido a que, en el caso del fútbol, era un deporte muy masculinizado. Asimismo, resalta que la preparación es clave para los espacios periodísticos y que el perfil y espíritu valiente de las mujeres periodistas les ha permitido abrirse un espacio en el rubro, pese a los desafíos existentes como el machismo.

Cavassa (2018) en su tesis analizó el lenguaje empleado en los diarios digitales peruanos especializados en difundir información deportiva: Todo Sport, Depor, El Bocón y Líbero. A fin de conseguir resultados certeros, utilizó un enfoque mixto y realizó entrevistas a personajes involucrados en los medios deportivos, como reconocidos periodistas que laboran en dichos diarios, por ello empleó el instrumento del cuestionario, así como el análisis de documentos. Por lo tanto, la muestra estaba compuesta por aquellos especialistas del periodismo y los diarios previamente mencionados. Al final de la investigación, los resultados demostraron que la página del diario Depor fue la que

redactó más notas (341 en diciembre). Líbero publicó un total de 313 notas en el mismo mes; El Bocón elaboró 196 artículos y Todo Sport solo 7. Además, observó que este último no es muy constante con la actualización de sus contenidos en la red, debido a que diariamente no se superan las cinco notas, mientras que Depor, Líbero y El Bocón, imitan el modelo digital. Con respecto al lenguaje utilizado en las plataformas digitales, Cavassa llega a la conclusión que solo algunos medios deportivos que tienen presencia en la web respetan los códigos y requisitos necesarios para que puedan ser reconocidos como medios digitales.

Rosales (2018) en su tesis “Tecnología de Género, Masculinidades y Fútbol en la Organización de Ex Alumnos de la Promoción 1993 del Colegio Nuestra Señora de la Merced de Lima, Ate Vitarte”, tuvo como objetivo demostrar que el fútbol como tecnología de género reproduce la masculinidad hegemónica, puesto que estructura un conjunto de representaciones y prácticas de validación homosocial. Para lograr probar su hipótesis, empleó un enfoque cualitativo y su muestra estuvo compuesta por la Organización de Ex Alumnos de la Promoción 1993 del Colegio Nuestra Señora de la Merced, quienes fueron entrevistados (de manera semiestructurada). Además, empleó los instrumentos de recolección de datos como el trabajo de campo y el registro etnográfico y la Participación Auto-Observante (PAO), lo cual le permitió obtener como principales resultados que la reproducción de la masculinidad hegemónica se evidencia en los ex alumnos de la organización de la promoción 1993, por medio del evento que protagonizan, “los jueves de patas”, en donde también realizan “el fulvaso”, que consiste en tomar cerveza luego de jugar, lo cual logra relajar la carga o presión de la masculinidad hegemónica. A su vez, a través de la PAO, el autor observó que el performance deportivo está asociado a “poner huevos”. Finalmente llegó a las conclusiones que el fútbol no es un espacio democrático, por el contrario, genera que se reproduzcan las jerarquías del sistema de género, lo cual está relacionado con la construcción de la masculinidad hegemónica.

Morales (2017) en su trabajo de investigación detectó el grado de responsabilidad que tenían las escuelas o centros de preparación y formación de periodistas en la banalización presentada en el periodismo deportivo nacional. Utilizó un método cualitativo y consideró una investigación descriptiva/explicativa. La muestra

estuvo compuesta por algunos periodistas deportivos (de un total de 105 aproximadamente, se encuestó a 87 de ellos) que fueron entrevistados utilizando el instrumento del cuestionario. Además, se evaluaron algunos artículos de diarios deportivos muy reconocidos en el Perú, así como se realizó un exhaustivo análisis de los sílabos de cuatro universidades peruanas muy representativas y de un instituto. Los resultados mostraron que la cantidad de horas de clases de teoría otorgadas por estos centros a los estudiantes, tiene mucha relación con el número de periodistas profesionales que emplean este lenguaje teórico, lo cual influye de gran manera en la calidad de sus artículos redactados. Asimismo, detectó que 57 de 87 periodistas del área deportiva que trabajan en medios escritos opinan que sus colegas que laboran en televisión, radio o algunas plataformas digitales, son más sensacionalistas, según su percepción. Como conclusión, el autor aseguró que existe una relación directa y es que la mayoría de los periodistas con escasa formación teórica es incapaz de elaborar artículos pertinentes, además resalta que son los estudios los que diferencian a un periodista de alguien que no lo es.

Barboza (2016) en su trabajo de investigación tenía por objetivo determinar la función que cumplía la mujer periodista al momento de cubrir el deporte futbolístico en la prensa peruana de dicho año. Contempló un estudio de nivel descriptivo, con diseño no experimental, y el método empleado fue etnográfico y hermenéutico. La muestra estuvo compuesta por los diarios y periodistas deportivos de la prensa nacional. Los instrumentos usados fueron las guías de análisis hermenéutico y de entrevista. La autora obtuvo entre sus resultados que, el público consumidor de estos productos comunicacionales mantiene la percepción de que la mujer necesita esforzarse doblemente si es que quiere laborar en este campo especializado. Así como comprobó que hay una escasa participación de periodistas del sexo femenino en la cobertura del “deporte rey” profesional y que, pese a haber transcurrido 42 años de la inserción de la mujer en este rubro, todavía se aprecian algunos comentarios prejuiciosos y cargados de frases que hacen referencia a los estereotipos, sobre todo por parte del público consumidor. Al igual que las creencias perennes sobre el supuesto desconocimiento de la mujer en temas de fútbol. Finalmente, concluye que hay poca presencia de las mujeres en la cobertura del fútbol profesional, que todavía persisten los prejuicios negativos en torno a dicha acción periodística y que algunas creencias negativas ponen en duda la eficacia de la mujer en su labor periodística dentro del área deportiva.

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Bases teóricas de la Variable Independiente:

Condicionantes periodísticos

El condicionamiento de las féminas en el periodismo deportivo se debe a una cuestión de género. Hernández Carballido (1987, 1997, 2003), en su estudio del análisis de la presencia de las mujeres en el periodismo de México, señalaba que, en su camino por involucrarse en los medios deportivos, han tenido que atravesar diversas dificultades, entre ellas la principal, su género, el cual les restringía muchas veces el acceso a algunas áreas.

Otro condicionante importante es la consideración del deporte en sí, como un acto, sobre todo, masculino. Vega (2012) mencionaba que durante muchos años el deporte ha sido practicado únicamente por los hombres debido a que se le adjudicaban rasgos más predominantes que a las mujeres. Según el artículo publicado por la Fundación Justicia y Género, Masculinidades en la cultura del fútbol, señala que *“en este campo se produce un proceso de diferenciación desde la lógica de la masculinidad hegemónica”*.

“Las mujeres que juegan fútbol son muy buenas, tienen buen juego, juego limpio. Mejor juego. Pero como son mujeres no hay apoyo. A pesar de que ahora hay más libertad para practicar deportes que antes eran considerados solo para hombres, el machismo hace que no destaquen o que no se les apoye”, comentan las mujeres entrevistadas en el artículo.

Esa idea es reforzada por Pedraza (2012, p.49) quien concluía que la prevalencia del hombre en diversos medios informativos demuestra que la inequidad de género, no solo está presente en el ejercicio, sino también en otros aspectos deportivos, puesto que ese ámbito es genéricamente “cosa de hombres”.

Por ejemplo, en el caso del fútbol, Altés (2004) aseguraba que existen factores determinantes que involucran la inferioridad en relación a este deporte practicado por hombres.

Características

Condicionamiento de género

Una característica de estos factores condicionantes de la participación femenina periodística en el ámbito deportivo es la jerarquización que se evidenciaba en los altos puestos de mando comprendidos mayoritariamente por hombres, lo cual deja en evidencia

el obstáculo que tenía el sexo femenino para intervenir en la producción de la información que se otorgaba al público. Según un estudio realizado por el diario El Comercio, la mayoría de los altos cargos en el Estado Peruano es ocupado por los varones. El 90% de los cargos políticos más importantes es abarcado por los hombres. Sin embargo, dicho estudio también precisa que el deporte nacional no es una excepción a esta clara diferenciación, siendo la presencia masculina muy predominante.

Además de ello, el factor sexismo también es importante mencionarlo porque la mujer es visualizada muchas veces como un enganche de imagen hacia los televidentes y no como una profesional que puede desenvolverse y emitir juicios de valor relevantes relacionados al deporte. (Fernández, 2015).

La reconocida escritora Victoria Scarione (2018) afirmaba que la voz de una mujer sobre algunos contenidos informativos del mundo del deporte no es escuchada o es infravalorada, porque el ambiente en donde se desempeñan está liderado por el sexo masculino.

Asimismo, Hernández Téllez (2006) aseveraba que, en el ámbito laboral, la mujer, por su condición como tal, tenía una desventaja con relación al hombre. Los salarios, los puestos importantes de trabajo o incluso la confianza de sus compañeros de puesto y directivos hacia ellas, no es la misma y las féminas generalmente terminan simbolizando la minoría.

Esta idea es reforzada por Fernández Chapou (2011), quien aseguraba que son contadas las profesionales del periodismo que han conseguido pertenecer a grandes puestos de trabajo y lo han logrado asimilando que existe un marcado predominio masculino.

Por su parte, Katrine Marçal aseguraba que el camino de las periodistas deportivas no ha sido, ni es fácil. Esto se debe a que mientras que algunos hombres no tienen que probar necesariamente su valía, las mujeres es indispensable que lo hagan, puesto que el sector al que quieren pertenecer está creado por y para los varones, tal como precisaba Marçal.

Partiendo de esa premisa, Loscertales y Núñez (2008: 74-75) también consideran que el camino que recorrerán los hombres para ascender a mejores puestos laborales será más sencillo en comparación a su contraparte.

Siguiendo esa postura, Hernández Tello (2006) explicaba algo muy interesante y es que las mujeres se han mentalizado que deben seguir el patrón de normas y formas empleadas por los hombres para así poder ser tomadas en cuenta en el “Boys Club del periodismo”. Esta problemática llama mucho la atención puesto que llega al punto de que el mayor halago para una mujer periodista es comparar su redacción con la de un varón.

Prejuicio

El prejuicio es definido por Allport (1954) como “una antipatía basada en una generalización inflexible y errónea, que puede ser sentida o expresada, dirigida hacia un grupo como totalidad o hacia un individuo por ser miembro de un grupo” (p. 9). Asimismo, otros autores como Duckitt (1992) y Adorno et al. (1950) respaldaron esta posición, señalando que el prejuicio generalizado es una tendencia a responder de manera hostil hacia cualquier grupo diferente del propio.

Mientras que Billig (1984) sostenía que “los prejuicios designan los juicios hechos de sentimientos negativos hacia los individuos o los grupos que tienen una pertenencia social distinta a la propia, lo que causa por lo general, un rechazo”.

Diferencias según género

Hace referencia a las distinciones que se realizan debido al género en cuestión, ya sea masculino o femenino. Al respecto, Judith Butler (2000) afirmaba que, “el género a la vez es una cuestión de elección y una construcción cultural”. Partiendo de ese concepto, Gallegos (2012) sostenía que el género “se enmarca en una sociedad de dominación masculina, lo que siempre ha determinado distintas posiciones de poder entre ambos géneros, masculino y femenino (distribuido de forma estrictamente diferenciada entre el hombre y la mujer, con predominio absoluto del primero)”.

Discriminación

Prevert et al. (2012) definieron la discriminación como la práctica de “establecer una diferencia entre personas o cosas, fundándose en criterios o características distintivas pertinentes”, lo que, a su vez, “revela una distinción que se opera a través de un tratamiento menos favorable de personas o de grupos en relación a otros”.

Esta idea es respaldada por Álvarez (s.f.) quien sostuvo que la discriminación “se identifica con las desigualdades de poder y de acceso a los recursos que existen entre distintos grupos en una sociedad determinada”.

Condicionamiento social

Este tipo de condicionamiento procede de la percepción que tienen las personas que consumen deportes, que escuchan, leen o miran programas deportivos y se enfocan en noticias de ese ámbito que tengan mayor difusión. Cabe resaltar que la mayoría de esa audiencia consumidora pertenece al género masculino, sobre todo las noticias relacionadas al fútbol.

En la sociedad se perciben estereotipos, los cuales forman un grupo de percepciones latentes acerca de las características consideradas como correctas, tanto para mujeres como para varones. En ese caso, la feminidad corresponde a las mujeres y la masculinidad es dirigida a los hombres. Pero, como el deporte es considerado “un acto para hombres” las mujeres no participan en ello. Esta idea es conocida por la mayoría de los involucrados en el deporte del balompié y no solo en el ámbito local, sino alrededor del mundo, tal como señalaba en periodista deportivo de Guatemala, Gómez, J. (2010) *“el machismo está arraigado en nuestra sociedad y el fútbol es considerado un juego de hombres”*.

Otra característica es el físico. La apariencia personal es considerada como un factor muy importante para definir la imagen profesional, la cual actualmente es muy tomada en consideración al momento de contratar a alguien. Claro está que otros aspectos también cuentan, como el lenguaje corporal, los conocimientos, la manera de interactuar, etc. Sin embargo, la apariencia física tiene su lugar bien asegurado (Cepeda 2002 P. 54). Es decir, que ya no basta con estar perfectamente informado sobre el área del deporte, sino que el periodista deportivo también debe saber gestionar y preocuparse su imagen personal.

La periodista deportiva mexicana Marion Reimers afirmaba que tienen que existir mecanismos de control en los medios de comunicación y debe ser uno muy fuerte, como la audiencia. Pero la audiencia sigue privilegiando este comportamiento de conversaciones de bar y la audiencia sigue permitiendo cierta clase de cuestiones.

Por su parte, Vega Montiel (2010: 87) señala que el acoso sexual, la diferencia salarial, las rutinas masculinizadas en las prácticas laborales, el “techo de cristal”, entre otros, son solo algunas dificultades que deben enfrentar las mujeres que quieren

desarrollarse profesionalmente en los medios, más específicamente en el área deportiva.

Hernández Téllez (2006) coincide en señalar que la historia demuestra que la intervención de las féminas en los medios informativos siempre ha sido minoritaria y relegada, debido a que, tanto las periodistas deportivas como las deportistas profesionales, comparten los causales delimitantes de su presencia, como su poca relevancia en ese sector, o su vinculación a deportes más “suaves” como gimnasia, tenis o patinaje, además de que usualmente son consideradas objetos de atracción.

Esta idea es reforzada por la Asociación Internacional de Prensa Deportiva (AIPS), la cual señaló que aproximadamente la tercera parte de sus miembros del personal son del sexo femenino y muchas de ellas se encargan de la cobertura de deportes como patinaje, danza, equitación, gimnasia, danza sobre hielo, entre otros. Estos datos evidencian que la cifra de reporteras, narradoras o redactoras de temas como el automovilismo, fútbol, boxeo o fútbol americano todavía es mínima, puesto que la masculinización sigue latente y complica su ingreso a estas áreas.

Estereotipos sociales

Los estereotipos sociales fueron definidos por Mannoni (1998) como “creencias compartidas concernientes a las características personales, generalmente a los rasgos de personalidad, pero también a los comportamientos de un grupo de personas. Por tal motivo, este afirmaba que los estereotipos están estrechamente ligados a los prejuicios.

Formas de crianza

Las formas o estilos de crianza hacen referencia a la manera que tienen los padres de educar y criar a sus hijos. Según Baumrin (1966), responden a “la naturaleza y contexto de la relación afectiva y de guía y control que se da entre padres e hijos. Asimismo, esta investigadora años después, en 1991, detalló que el estilo de crianza parental, como una función de control, distingue tres tipos de control posible: autoritario, democrático, y permisivo.

En el primero resaltan los padres estrictos y que imponen muchas restricciones en cuanto al comportamiento de sus hijos. Además, “brinda poco apoyo emocional, con lo que la creación de lazos afectivos es prácticamente nula”.

Por otro lado, en el estilo de crianza democrático la investigadora explica que la relación entre padres e hijos es mucho mejor, ya que se propicia el diálogo y se promueve

la independencia de los hijos. Asimismo, las normas de comportamiento son establecidas claramente, al igual que las expectativas para cada integrante de la familia.

Por último, en el estilo de crianza permisivo no existen límites ni se definen las normas de conducta dentro de la relación parental, por lo cual, Bayrami (2009) indica que este estilo “se asocia a mayores niveles de agresión y de comportamiento delincuencia por parte de los hijos”.

Preparación académica

La preparación académica responde a los conocimientos que se fueron adquiriendo durante la trayectoria estudiantil. Marquez y Andres (2007) explicaban que la formación académica “no debe ser entendida como una simple recepción de datos y acumulación de títulos”, puesto que también “forma parte de un proceso de crecimiento intelectual que le permite a la persona desarrollar su capacidad analítica y crítica, y al mismo tiempo estar preparado para la resolución de problemas”.

Condicionamiento de las fuentes

Hay otros factores que condicionan la participación de las mujeres en la prensa deportiva, estos elementos también pueden ser externos como los Departamentos de Comunicación de los equipos de fútbol, quienes colaboran con información para que los periodistas ya no tengan la necesidad de salir a conseguir los datos para sus notas (Boyle, 2007: 7) y son ellos mismos quienes escogen a qué periodistas van a brindar la información. Pero un detalle que destaca es que son, en su mayoría, los periodistas del sexo masculino quienes tienen acceso a ello. Tal como exponía Ramírez (1995: 23), quien aseguraba que los gabinetes de comunicación de una u otra manera condicionan la labor periodística. Esto debido a que, como mencionan Boyle y Haynes (2009: 177), con ello tienen más accesibilidad a los datos brindados por el área de comunicaciones, lo cual, a su vez, genera que disminuya su búsqueda de información propia ya que tienen los datos al alcance y, por consiguiente, su indagación no se vuelve tan profunda.

Para McQuail y Windahl (1993) estos factores influyentes provenientes de los medios resultan, generalmente, de su conexión con los propietarios, el público, las agencias de noticias, las fuentes y los anunciantes. Esta idea es reforzada por Trosby (2010: 55), quien argumenta, en base a su conocimiento como periodista de dichos departamentos comunicacionales, que la función más importante se centra en cuán buena

es su relación con aquellos medios.

Manuel Zepeda en su entrevista realizada al público consumidor de deportes sobre su percepción frente al comunicador deportivo, determinaba que las personas aseguran que la preferencia de algunos periodistas por ciertas fuentes de información se debe a la información previamente obtenida, lo cual genera parcialidad al momento de difundir las noticias.

Además, la discriminación también se presenta al delegar funciones, ya que por considerar que las mujeres tienen menos conocimiento sobre temas deportivos o están poco capacitadas, son negadas a asumir la tarea de desempeñarse como comentaristas de partidos o presentadoras de televisión.

Un punto que resalta Villena (2003, p. 130) es que, actualmente en el periodismo deportivo, el morbo y el espectáculo se imponen, puesto que los intereses particulares son más importantes que el mensaje de los conductores o comunicadores, lo cual es corroborado en los comentarios emitidos acerca de otros aspectos que no siguen la línea filosófica del deporte.

Por su parte, Felicidad Loscertales (2008. P. 73-76) nos expone una doble dimensión. Por una parte, la relación agente, que consiste en el papel activo de la mujer sobre los medios. Mientras que por otro lado se encuentra la relación paciente, que se basa en el poder de los medios por sobre las féminas.

Los medios de comunicación

Los medios de comunicación, según Delgado (2019), son “aquellos instrumentos, canales o formas de trasmisión de la información de que se valen los seres humanos para realizar el proceso comunicativo”.

En esa línea, Ayala (2001) explicaba que, tradicionalmente, entre los medios de comunicación masivos se encuentran los periódicos, las revistas, la radio, la televisión, las películas, las grabaciones y los libros. Sin embargo, actualmente el internet también ha ido adquiriendo protagonismo.

Patrocinadores

Diversos autores han intentado definir el patrocinio y Van Heerden (2001) es uno de ellos. Refirió que es “una herramienta de comunicación en la que se da una provisión de recursos (económicos, fiscales, físicos, humanos) por parte de una o más organizaciones (el/los patrocinador/es) a un individuo o grupo (el patrocinado)”. La finalidad de esta actividad es para “recibir beneficios contemplados en la estrategia del patrocinador”.

Cabe precisar que, como señala Barreda (2009) “según el objeto patrocinado y la visión de ello, se pueden desarrollar diversos tipos de patrocinio”.

Área de Relaciones Públicas

Como su propio nombre indica, es el área encargada de velar por las relaciones públicas de la empresa, organización o individuo.

Cutlip et al. (1952) definían a las relaciones públicas como “la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso”.

Por su parte, Bernays (1990) afirmaba que estas “son un campo de actividad que tiene que ver con la interacción entre un grupo, un individuo, una idea u otra unidad, con los públicos de los que depende” (p.87).

Fundamentos

Estereotipos

Para Loscertales (2008:67), el tratamiento de los medios de comunicación hacia las mujeres y los hombres es muy diferenciado. Por ejemplo, si hablamos en términos cuantitativos, los varones aparecen más veces que las damas. Con respecto al ámbito social, la manera de presentarlos también es distinta, porque ellas reciben un trato más prejuicioso que ellos.

Humberto Acosta en una entrevista realizada el 2016 afirmaba que, según la percepción de algunos periodistas e incluso los mismos jugadores, cuando una fémina ingresa al campo de juego no termina por ser aceptada completamente.

A su vez, Victoria Scarone detallaba que a diario la mujer debe atravesar ciertas vallas, más conocidas como “el techo de cristal”, que obstaculizan su camino por alcanzar un completo desarrollo laboral e y equitativo a su par masculino. Partiendo desde los términos empleados para referirse a las féminas hasta la referencia prejuiciosa de que

“solo pertenecen al hogar”.

También agregaba en su libro ‘La Plataforma de Acción de Beijing’ de la ONU Mujeres, que usualmente a la mujer se la cataloga como un atractivo visual que solo es presentado para ocasionar satisfacción en los espectadores. Solo basta con mirar los canales deportivos en los que participa una dama para notar su buena apariencia y los temas pocos relevantes a los cuales son designadas.

De igual forma, Lovato (2012) analizaba que no solo en un país, sino que a nivel mundial, no es una novedad percatarse de que, en la pirámide organizacional de la mayoría de empresas o medios comunicacionales, las mujeres pertenecen a los últimos peldaños y esto ocurre por su poca presencia en cargos importantes.

Clasificación

La psicología explica que el aprendizaje por condicionamiento involucra el periodo en donde se generan alteraciones en el comportamiento, lo cual es originado por experiencias vividas o también es presentado por la vinculación a ciertos sucesos. Asimismo, este condicionamiento se puede presentar de dos tipos:

Condicionamiento Clásico

Este tipo de condicionamiento o también conocido como Conocimiento Pavloviano, debido al fisiólogo ruso estudioso del tema, Iván Pavlov, hace referencia a que dos eventos suelen pasar a la vez, cuando se recuerda uno de ellos, seguidamente la mente da pase al otro. Es decir, cuando un estímulo que en un principio no causaba una respuesta, se asocia a otra que ya producía dicho resultado y por consiguiente, ese primer estímulo logra desarrollar esa respuesta que en sus inicios no podía, según las investigaciones realizadas por Pavlov.

Algunos factores que intervienen en este condicionamiento son los siguientes:

- El estímulo incondicionado (EI): Produce necesariamente una reacción.
- La respuesta incondicionada (RI): Provocada por el estímulo incondicionado.
- El estímulo condicionado (EC): Es neutro porque no produce respuesta, a menos que se dé el pareamiento.
- La respuesta condicionada (RC): Es lo que resulta de la mezcla entre un estímulo incondicionado con un condicionado.

Este tipo de condicionamiento sentó sus bases en el conductismo, el cual, según Jhon B. Watson, consiste en estudiar la conducta de manera experimental, objetiva y natural.

Condicionamiento Operante

Este tipo de condicionamiento fue acuñado por el psicólogo Burrhus Frederic Skinner en su libro *Science and Human Behavior* (1938), en donde precisa que el condicionamiento operante se centra en la evolución de nuevas conductas basadas en sus consecuencias, mas no asociadas entre conductas y estímulos, como sucede en el caso del condicionamiento clásico.

Thorndike planteaba que la conducta es empleada como una herramienta para alcanzar un fin y se da por ensayo y error. Mientras que Skinner, proponía que aquellas respuestas que tengan refuerzos suelen repetirse y aquellas que reciban un castigo tienen menos probabilidades de repetirse.

Una diferencia entre este condicionamiento y el primero es que, en el condicionamiento clásico, el individuo emite una respuesta involuntaria, mientras que, en el condicionamiento operante, resulta de la voluntad.

Otros

Testimonios

A lo largo de los años, sobre todo en estos últimos, las periodistas de deportes han demostrado tener habilidades y destrezas en muchos de los medios nacionales en los cuales han laborado.

Carola Román comentaba que se siente afortunada de pertenecer a una época en donde el papel de las féminas está siendo mejor admitido en este rubro deportivo, tanto en los periódicos como en la tv o la radio, puesto que hace 30 o 40 años era impensable ver a tantas mujeres involucradas en el periodismo deportivo.

2.3.2 Bases teóricas de la Variable Dependiente:

Participación Femenina en los programas deportivos

En 1974 se empiezan a dar las primeras apariciones de las periodistas femeninas deportivas en el Perú, incluyendo la cobertura del futbol profesional; sin embargo, ha implicado una ardua labor escalar en este campo periodístico. En la actualidad se percibe un aumento en cuanto a la participación de la mujer en esta rama especializada, sin

embargo, todavía no es a gran escala. Las que recién se están involucrando en esta área sienten que la segmentación de género todavía persiste.

La periodista Andrea Ayanz, participó seis meses en el periodismo deportivo en el diario El Bocón, y afirmó que esta rama periodística todavía está fraccionada por ambos sexos. Ella cuenta que siempre que ingresaba a los estadios veía a hombres presentes, ya sea en la narración o en la cobertura, por lo cual notificaba una marcada preferencia por los varones en este aspecto.

Ayanz además mencionaba que un factor por el cual pocas mujeres se integran al ámbito deportivo es debido a que las universidades no dictan cursos de este tipo.

Por otro lado, para el periodista deportivo Carlos Córdoba, las mujeres se enfrentan a muchas situaciones complicadas, principalmente, al acoso. “Cuando una mujer va y pide una oportunidad, todavía hay jefes que creen que solo el hombre tiene oportunidad en los medios”. Sin embargo, con el transcurso de los años esta situación ha ido mejorando, puesto que ya hay participación de mujeres talentosas. “Ya no solo está la mujer que viene a “cuadro” por su imagen. Sino que ahora también está la mujer que sabe de deportes, que sabe interactuar y sabe hacer periodismo deportivo”.

Aunque poder establecerse significativamente ha sido todo un desafío para las mujeres que aman esta profesión, poco a poco se ven los avances, aunque todavía se tiene que continuar trabajando en ciertas falencias que aún permanecen en el periodismo en general, para así obtener una paridad de género en este campo y extirpar ese estereotipo que la misma sociedad se ha encargada de construir a lo largo de los años.

Características

El techo de cristal

Este término o también conocido como «Glass ceiling barriers», fue empleado por primera vez en el Wall Street Journal de 1986 en Estados Unidos y hace referencia a esa barrera invisible a la cual se exponen las mujeres que están muy bien preparadas y altamente calificadas en su ambiente laboral. Este techo de cristal les impide acceder a los niveles jerárquicos más altos, a los cuales también tienen derecho.

En 1987 Morrison desarrolló uno de los primeros estudios en esta área, “Breaking the glass ceiling” (Rompiendo el techo de cristal). Allí definía este fenómeno como una

barrera tan frágil que tranquilamente podría pasar desapercibida, sin embargo, resulta ser una gran traba para el desenvolvimiento de las mujeres en las jerarquías corporativas.

Por otro lado, Sgerman-Peck (1991), lo definía como un grupo de mecanismos que discriminan y son aparentemente invisibles, pero limitan el paso al ascenso profesional de la mujer. Mientras que Eagly y Carli (2004) añadían que esta barrera está sostenida por la conducta prejuiciosa y discriminatoria de la sociedad.

Cabe resaltar que este obstáculo no solo lo sufren las mujeres periodistas, sino también las mujeres en general. Por ejemplo, las deportistas que desean integrarse al rubro periodístico, después de finalizar su carrera, se topan, a su vez, con esta dificultad laboral. Por lo que para Alacreu (2014) el deporte todavía implicaba diferencias entre ambos géneros, puesto que la mujer no es reconocida como una igual con el hombre, en cuanto a niveles.

Por su parte, Lorenzo (2019) aseveraba que no se debería hablar de un techo de cristal, sino de una piedra, por lo difícil que se torna para las féminas “hacerse un hueco” en esta rama especializada del periodismo, sobre todo en el área de narración, el cual es considerado como uno de los más complicados

Influencia del género

Hace mención a las distinciones que se realizan para determinada función o actividad, basándose únicamente en el género, es decir como resultado de una específica diferenciación. Para ello, Palmero y Barberá (1997) establecían que el género “se puede describir como un componente psicológico que configura las ideas acerca de la masculinidad y feminidad” y que basado en ello, se realizan ciertas diferencias en la sociedad en diversos ámbitos.

Influencia de la sociedad

Según Baron y Byrne (2005) la influencia social es “el esfuerzo que realiza uno o más individuos para cambiar las actitudes, creencias, percepciones y comportamientos de otras personas”. En ese sentido, estos autores indicaban que “los individuos cambian sus actitudes para poder pertenecer a la sociedad, es decir que las personas actúan en

conformidad y muchas veces eligen seguir a los demás”, con la única finalidad de agradar o ser aceptados por estos.

Factores externos

Este indicador se refiere a aquellas situaciones o requisitos externos que pueden influir en una determinada toma de decisiones. En el presente trabajo se toma en cuenta el poder o los intereses personales como factor influyente en la contratación de conductores o reporteros deportivos de TV.

En ese sentido, el artículo de Editorial Grudemi (2020), define a los factores externos como “agentes que pueden generar un impacto positivo o negativo en la gestión empresarial y sobre los cuales no se puede ejercer ningún tipo de control”.

La audiencia selectiva

La participación femenina en los programas deportivos también se enfrenta a la audiencia televisiva, puesto que el televidente forma parte imprescindible en los criterios a tomar en cuenta de los medios de comunicación, ya que en base a ellos es que gira el programa.

Masip (2015) argumentaba que actualmente las audiencias, aunque “mutantes”, también están incurriendo de gran manera en los procesos informativos, que fueron generados a causa de la “circulación masiva, disruptiva e híbrida de discursos periodísticos y amateurs que han desarrollado nuevos patrones de consumo y comportamiento de las audiencias.” (Cruz y Suárez, 2014).

Por su parte, García-Orosa (2016) afirmaba que el medio de comunicación diseña a la audiencia a través de su discurso. Esta idea era reforzada por Coleman & Ross (2010), quien sostenía que el público no puede ser considerado como algo externo en el proceso de recepción del mensaje, puesto que ya está inmerso en aquel proceso comunicacional. He allí donde radica su importancia.

Por otro lado, citando a Aguado (2017), se han instaurado nuevas métricas de audiencia: las de comportamiento y las de sentimiento, en donde prima el contexto y las percepciones del público en relación a los medios, así como sus experiencias como

usuarios al consumir ciertos contenidos, siendo estos tomando en cuenta como parámetros selectivos al momento de difundir información.

El espectador empoderado

El rol del espectador es fundamental en el desarrollo del programa televisivo. Según Sánchez y Contreras (2012) “los espectadores asumen el rol de canal de comunicación” (p.67). Esta idea es explicada por Castelló (2010), quien indicó que el nuevo consumidor televisivo también es considerado crossuser, prosumer, fansuser o persuser, debido a que “en la era 2.0 el receptor, además de audiencia, público y consumidor, ejerce de coproductor, distribuidor y consumidor (crossuser)”, Sin embargo, eso no es todo, ya que “aparte de consumidor-productor, el fan de la marca (fansuser) es un consumidor profesional (prosumer) con gran cantidad de información a su disposición para sus decisiones de compra y consumo”.

Calidad del contenido televisivo

En este indicador se apunta a analizar la calidad como un influyente elemento descriptivo en determinados programas televisivos. Para ello, Gutiérrez (2006) señala que el contenido mismo ha sido un instrumento clave y tradicional “para realizar valoraciones sobre la calidad de un programa, un medio de comunicación o un sistema televisivo”

Por su parte, Raboy (1991) consideraba que la calidad se ha convertido en un verdadero y propio valor social, por lo que "el sistema televisivo debe ofrecer una representación adecuada, un servicio especial, una oportunidad de trabajo para todos (...) esto implica una programación diversificada".

Cabe precisar que la calidad televisiva también puede ser evaluada desde el punto de vista del espectador. Al respecto, Gunter y Wober (1992) afirmaban que “la mayor parte se limitan a indagar las preferencias del público por un determinado tipo de programas, independiente del hecho que este sea percibido como de calidad”.

Es así que calidad de un programa futbolístico radicará en el contenido de sus notas o entrevistas y, sobre todo, primarán las opiniones de los panelistas o conductores presentes. Los televidentes valoran las opiniones acertadas de las personas que demuestran que tienen conocimiento sobre el tema. Por tal motivo, es muy importante el rol que juega el o la periodista en un programa deportivo televisivo. Así como es necesario saber seleccionar a las personas o invitados que brindarán su opinión al respecto. Esta última función les corresponde a los productores televisivos.

Importancia del aspecto físico de los conductores de TV

Para adquirir participación en los programas deportivos no solo es necesario contar con una buena preparación académica, ya que, por lo menos para la conducción de los espacios televisivos, es necesario contar con una imagen presentable.

Siguiendo esa línea, Polo y Montesdeoca (2004) sostuvieron que el presentador o conductor “debe conseguir la atención del espectador y, sobre todo, su confianza”. Por ello, “un presentador debe seducir al espectador ayudándose de múltiples armas, tanto intrínsecas (personalidad, seguridad, capacidad de comunicación, etc.) como extrínsecas (aspecto físico, vestuario, gestos, maquillaje, etc.)”.

Desconocimiento de temas futbolísticos

Una gran dificultad de la mujer periodista en su inserción al mundo deportivo, según la periodista Andrea Salgado, es el escaso conocimiento que las féminas tienen en temas de fútbol. Por lo cual, resalta que la capacitación y la formación de la persona de manera profesional significará un punto relevante en su aceptación social y dependerá de cuán constante y disciplinado sea cada uno.

Salgado aseveraba que, para poder pertenecer a ese nicho masculinizado, la mujer tiene que sentirse segura de su potencial y capacidad, para lo cual debe tener un buen bagaje informativo previo.

Tal como menciona Molina (2015) los periodistas especializados en deporte deben ir a la par con la evolución de la época, es decir, actualizarse constantemente con contenidos que exige la globalización en la que vivimos.

Por eso la periodista tiene que investigar y nutrirse de información, porque de lo contrario, la falta de conocimiento implicará una gran valla en su lucha por escalar posiciones laborales o incluso perjudicará en su intento de adquirir notoriedad en el ámbito deportivo.

Poca preparación

Se basa en la escasa y limitada preparación académica y/o educativa de un egresado que busca desempeñarse en el mercado laboral. Al respecto, Peralta (2012) expresaba que “una buena formación universitaria ha de estar caracterizada por un componente personal y profesional que permita al alumnado desarrollarse socialmente”.

En ese sentido, Gonzáles (2003) sostenía que “una buena formación potencia las

relaciones interpersonales y oferta prácticas adecuadas a los objetivos formativos propuestos”

Desinterés

Este indicador representa el poco o nulo interés y desgano que puedan presentar las féminas frente a los temas deportivos o al ámbito deportivo en general. Sobre ello, (Reeve, (2016), indicaba que la motivación extrínseca es un pilar importante que “se basa en incentivos y consecuencias en el entorno, y surge de algunas causas independientes de la propia actividad y que está dentro del contrato conductual “haz esto y obtendrás aquello””.

Inaccesibilidad

Hace referencia a las dificultades u obstáculos presentados que imposibilitan la oportunidad de obtener algo. Al respecto, Álvarez (2010) explica que “aquello que no puede incorporarse a este mundo, forma parte de lo inaccesible (...) Lo inaccesible se define, pues, por “negación” de lo accesible (lo que no es accesible)”. Además, precisa que “lo inaccesible tiene en cuenta precisamente esa difícilísima precisión de la posible objetividad de sus elementos”, considerando los factores que pueden intervenir para que se considere “inaccesible” como tal.

Fundamentos

La calidad de la información

Palau y Gómez (2014) afirmaban que, si queremos medir la confianza que existe en los medios de comunicación y a su vez, corroborar que la información que estos brindan sea óptima, debemos enfocarnos en la calidad de los mismos.

Tomando en cuenta este punto, Gelado-Marcos (2016, p.267) sostenía que el periodismo profesional de calidad está estrechamente vinculado con la satisfacción del público. Además, sugería considerar el profesionalismo como un aspecto importante que marque la diferencia con respecto al marasmo de los potenciales comunicadores.

Clasificación

Presencia femenina en el periodismo

La mujer ingresó al mundo periodístico a fines del siglo XIX e inicios del siglo XX. Su inclusión significó una gran alteración social, puesto que la mujer, desde épocas

muy remotas, era relegada a solo a los quehaceres del hogar u otras tareas menos importantes. Además de ello, como se mencionó anteriormente, el camino hacia el sector periodístico fue una dura tarea, debido a las estructuras sociales fuertemente marcadas.

Aida Balta en su libro *La presencia de la mujer en el periodismo escrito*, hizo referencia a las periodistas peruanas señalando que tuvieron que afrontar diversos prejuicios negativos. Sin embargo, se rescató algo positivo de ello, puesto que al final el sector de las mujeres quiso alcanzar todas las ramas del saber humano.

Otro dato interesante es que en 1849 existían 270 escuelas exclusivamente para varones, mientras que para las mujeres solo había 37. La desigualdad y la diferencia era innegable y eso perjudicaba su orientación y preparación, por lo que se reforzaba la idea de que las mujeres pertenecían al hogar, como esposas y madres.

Por otro lado, surgieron las veladas literarias gracias al Club Literario de Lima. Esto marcaría una era significativa en el desarrollo cultural y la preparación académica de la mujer y, por lo tanto, significaría un avance como un país que busca ser igualitario.

Después de muchos años, la mujer continuó labrando su camino para especializarse en distintos campos profesionales, sobre todo en el periodismo, lo cual tiempo después dio frutos, puesto que ahora han conseguido posicionarse.

Sin embargo, es importante mencionar que los obstáculos que atraviesan todos los periodistas son más notorios en el caso de las damas, porque ellas “enfrentan riesgos específicos” por su género, tal como se explica en el informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (RELE), titulado “*Situación de las Mujeres Periodistas en América*”.

Presencia femenina en el periodismo deportivo

Desde que la mujer logró insertarse en este campo en específico, han surgido diversas teorías o mitos sobre su eficiencia periodística en el campo deportivo. Además de que tampoco se la contempla como un agente que pueda desempeñar labores relacionadas al deporte, a menos que sea de entrenadora de deportes considerados “femeninos”.

Tal como señala Hargreaves (1993), el género masculino está firmemente establecido en el deporte y eso hace que sea más inflexible a los cambios, a diferencia de otras áreas. Esta postura es sustentada por Riaño (2004) quien asegura que la función

laboral femenina en la actualidad deportiva ha sido marginada a un segundo plano. Esta afirmación puede ser cerciorada en los diversos textos de historia de la práctica deportiva.

2.4 Definición de términos básicos

Condicionantes periodísticos

Los condicionantes periodísticos, citando a Oller y Meier (2012), son aquellos factores que influyen en el desarrollo y ejercicio periodístico. Por ello, Shoemaker y Reese (2014) indicaban que los medios de comunicación se relacionan con otras instituciones sociales”. Dentro de ellas y su influencia en los medios y sus contenidos, destacan: “las fuentes informativas, los anunciantes, la audiencia, el sector de las relaciones públicas, los órganos de control estatal y el propio mercado mediático (pp. 108-123).

Participación femenina en los programas deportivos

Fernández (2015) define la presencia femenina en los programas deportivos como la inserción de las mujeres en el rubro periodístico deportivo. Además, precisa que esta participación se produjo de manera tardía, con muchas dificultades, entre las que más se destacan los estereotipos sociales y culturales.

Periodismo

Mario Cantarero afirmaba que por la constante evolución de la tecnología y, adicionalmente, por la diversificación y especialización del trabajo informativo, el periodismo ahora abarca la pluralidad de funciones del periodista en muchos medios. Además, lo definía como la captación y tratamiento informativo, ya sea oral, visual, escrito o gráfico, es decir, en todas sus variedades y formas. Esto hacía que el periodismo se convirtiera, a su vez, en la manera de comunicar, por excelencia, de las organizaciones sociales. Mientras que Alejandro Miró Quesada, recalca que el periodismo ha servido como un notable instrumento reformatorio en la sociedad.

Periodismo deportivo

Este tipo de periodismo era interpretado por Alcoba (1999) como aquel cuya información era dedicada exclusivamente al tratamiento de todo lo que acontece en el mundo deportivo.

Esta idea era reforzada por Berrocal, S. y Rodríguez, C (1998), quienes lo definían como la prensa que tenía contenidos informativos vinculado con todas las modalidades deportivas. Además, ellos explicaban que esta prensa existe debido a los lectores, ya que son justamente ellos quienes desean repetir ese momento glorioso de las mejores jugadas que vieron en la tv o escucharon en el celular o la radio.

Mujer

La mujer es el ser humano considerado homólogo del hombre. Este término se usa para indicar diferencias sexuales biológicas, distinciones de género en su papel atribuido culturalmente o ambas cosas. Asimismo, esa expresión está específicamente más ligada a la persona de sexo femenino que ya alcanzó la etapa adulta o pubertad.

De Beauvoir (1949) afirmaba que la humanidad es macho, y el hombre no define a la mujer como sí misma, sino con relación a él. Es decir, no la toma en cuenta como un ser autónomo, por el contrario, como algo dependiente. Además, exponía que la mujer vive en una esfera cerrada por todas partes, lo que la limita y luce dominada por el universo masculino. “Por alto que se ice, por lejos que se aventure, siempre habrá un techo sobre su cabeza y unas paredes que le impedirán el paso”.

Medios de comunicación

Un medio de comunicación es aquel instrumento que permite que se realice el proceso de comunicación. Puede ser el celular, la radio, la televisión, el periódico, entre otros.

Moragas (1994) afirmaba que los medios de comunicación protagonizan un rol importante en el ámbito deportivo puesto que, según él, “son coautores del espectáculo deportivo”.

Desigualdad

La desigualdad se podría definir como la inequidad otorgada a algo o alguien. En otras palabras, sería la condición de no tener una misma calidad, valor o naturaleza, lo cual genera diferencia de él en uno o más aspectos.

Por otro lado, la desigualdad social en el ámbito de la sociología valga la redundancia, es una preocupación académica que se relaciona con los principios

distributivos de cada sociedad. Giddens (2010) afirma que la “Estratificación Social” es una expresión empleada por los sociólogos y se usa para referirse a las desigualdades estructurales latentes en la sociedad y se hacen notar en ciertos grupos de personas.

Estereotipo

La primera persona que planteó el concepto de estereotipo fue el periodista estadounidense Walter Lippman. Él establece que son ideas preconcebidas que proceden de la cultura en la que vivimos.

Por otro lado, para Amossy & Hershberg, un estereotipo pertenece a la constitución de una imagen simplificada de individuos, de instituciones o de grupos, o como imagen preconcebida y petrificada que determina las formas de pensar, sentir y actuar.

Baron y Byrne también aportan otro concepto. Para ellos los estereotipos conforman un conjunto de aspectos que espera de alguien; haciendo referencia a las características individuales o grupales inherentes a la persona.

Es por ello que mientras algunos estereotipos se enfocan en las características representativas en un grupo de personas, como, por ejemplo, sus preferencias en su manera de vestirse; otros están vinculados a las características particulares de la persona, como su posición económica, el género, la raza, entre otros.

Audiencia

Según Huertas, la audiencia es “un concepto flexible y cambiante”. Por otro lado, Mcquial (1997) vincula más este término con el colectivo de “receptores”, haciendo referencia a su participación en los medios de comunicación masivos. Así como considera que estas son producto del contexto social.

Sin embargo, quien difiere un poco con estos conceptos es Abercrombie (1998) puesto que considera a la audiencia como simples grupos de personas ante un evento o fenómeno de algún tipo que se lleva a cabo. Además, fue él quien clasificó a la audiencia en tres tipos: La audiencia simple, de masas y la difusa.

Discriminación

La discriminación es definida como el trato diferenciado basado en determinados motivos prohibidos o proscritos por la Constitución o la ley.

Por su parte, las Naciones Unidas la definen como toda “distinción, exclusión

restricción o preferencia que se basen en determinados motivos”.

Cabe resaltar que hay distintos tipos de discriminación, ya sea por el color, el sexo, el idioma, la opinión política, la posición económica, la condición social, entre otros.

Endogrupos

Este término se define como la manera en la que los individuos desempeñan roles distintos en la población sociales. Estos dependen del ambiente en el que se encuentran, así como de su grupo social. Sin embargo, el individuo solo será leal a alguno de ellos. A ellos Gordon Allport, los considera endogrupos. Aquellos que servirán para determinar a los miembros como un "nosotros", los cuales tendrán un mismo significado.

Cabe resaltar que, como todo en la vida, algunos endogrupos pondrán filtros para aceptar a sus integrantes, es por ello que la persona deberá hacer un esfuerzo en ganarse su lugar dentro de ellos, es decir, por “estatus adquirido”. A diferencia de otros privilegiados, que ingresarán de forma automática, o más conocido como “estatus adscrito”. Es decir, la agrupación por sexos, tal como lo definía Allport.

Un punto importante que destaca Allport es que, en este agrupamiento, las mujeres no tienen la misma especie que los hombres, porque ellas son valoradas inferiormente.

Sexismo

El sexismo puede definirse, según Shibley (1991), como la marginación o rechazo de ciertas personas debido a su género. Mayormente hace referencia a la exclusión de las mujeres y se usa sexismo inverso cuando se discrimina a los varones. Pero es preferible utilizar el término sexismo en relación con cualquier discriminación a causa del género de las personas, ya sean mujeres u hombres.

Por otro lado, Díaz (2004) afirma que hay tres mecanismos que rigen el sexismo y los cuales son: El mecanismo cognitivo, que está basado en las convicciones de existe desigualdad social y psicológica a causa de las diferencias biológicas de ambos géneros, lo cual genera tareas y roles determinados, así como consigna estereotipos. El segundo mecanismo es el afectivo. Este relaciona a cada género con algún valor y adjetivo específico, por ejemplo, las damas son mayormente vinculadas a la sumisión, delicadeza, debilidad, etc. Mientras que el varón está más ligado a la fortaleza, control, dominio, etc.

Finalmente está el mecanismo conductual en donde aplican ambos mecanismos anteriormente mencionados, pero acá se emplea adicionalmente la discriminación, la violencia y el poder.

Otra definición abordada es la de Glick & Fiske (1996), quienes consideran que el sexismo es una construcción social en la que se percibe de una manera peculiar a una persona. Esto va a depender de su sexo biológico, lo cual va a ocasionar preferencias y tratos diferenciados.

Prejuicio

Los prejuicios son juicios u opiniones que se formulan previo a la información, o sobre la base de un conocimiento insuficiente o defectuoso. Según Pino (2011), estos prejuicios suelen proliferar contra todo lo que es diferente o desconocido como las personas de otros lugares, sus costumbres, sus lenguas, sus preferencias, sus tradiciones, etc.

Deporte

García Ferrando (1990) define al deporte como la actividad física e intelectual humana, de naturaleza competitiva y gobernada por reglas institucionalizadas.

Mientras que Alcoba (2005) lo considera como una actividad humana natural que por su proyección mediática y aceptación social se ha hecho compleja. Es por ello que está estrechamente relacionada con el conocimiento que las audiencias tienen de ella.

Equidad de género

La equidad de género consiste en otorgar las mismas oportunidades a hombres y mujeres. Según Carrera y Esteban (2011), se pueda asegurar la equidad, teniendo en cuenta que uno recibe lo que le corresponde o lo que merece independientemente de sus diferencias biológicas, garantizando el acceso con justicia e igualdad al uso, control y beneficio de los bienes y servicios de la sociedad.

Mientras que la Secretaría de Desarrollo Integral de la UNAM (2015), identifica la equidad de género como la igualdad de condiciones para hombres y mujeres en el ejercicio pleno de sus derechos humanos, así como en su posibilidad de aportar al desarrollo nacional político, económico, social y cultural, teniendo un beneficio de sus

resultados

Género

Es muy común confundir los términos sexo y género, sin embargo, existe una gran diferencia. El género es la representación cultural que abarca ideas, prejuicios, interpretaciones, deberes, valores, normas, mandatos y prohibiciones sobre la vida de las mujeres y de los hombres.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, el género hace referencia a los roles, las características y las oportunidades definidos por la sociedad, que se consideran apropiados tanto para hombres y las mujeres, como niños y niñas.

Esto se diferencia del sexo porque el género es el resultado de una construcción social que fue definida por la socialización, mientras que lo último es marcado exclusivamente por la genética. Es decir, los aspectos físicos, biológicos y anatómicos. Es debido a ello que Colas y Villaciervos, señalan que la interiorización de las diferencias de género es muy relevante en la manera de pensar, interpretar y actuar de las personas, así como de relacionarse con los demás; siendo estas actitudes las esperadas por las personas, determinados en gran parte por los estereotipos de género.

Enfoque de igualdad de oportunidades

Este enfoque es definido por Roemer (1998) como aquel que asegura el desarrollo de las capacidades de las personas, de tal forma que los caracteres como el género, la etnia, el lugar de nacimiento, o el entorno familiar, que están fuera del control personal, no influyan sobre las oportunidades de vida de una persona ni sobre los resultados de los esfuerzos que realiza.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Hipótesis de la investigación

3.1.1 Hipótesis general.

Los condicionantes periodísticos influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos

3.1.2 Hipótesis específicas

Los condicionamientos de género influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos

Los condicionamientos sociales influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos

Los condicionamientos de las fuentes influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos

3.2 Variables de investigación/categorías

3.2.1 Identificación y definición

Esta investigación tiene dos variables. La variable independiente es “condicionamientos periodísticos”, en tanto que la variable dependiente es “participación femenina en programas deportivos”.

Variable Independiente: Condicionantes periodísticos

Los condicionantes, citando a Oller y Meier (2012), son aquellos factores que influyen en el desarrollo y ejercicio periodístico. Por ello, Shoemaker y Reese (2014) indicaban que los medios de comunicación se relacionan con otras instituciones sociales”. Dentro de ellas y su influencia en los medios y sus contenidos, destacan: “las fuentes informativas, los anunciantes, la audiencia, el sector de las relaciones públicas, los órganos de control estatal y el propio mercado mediático (pp. 108-123).

Variable dependiente: Participación femenina en los programas deportivos.

Fernández (2015) define la presencia femenina en los programas deportivos como la inserción de las mujeres en el rubro periodístico deportivo. Además, precisa que esta participación se produjo de manera tardía, con muchas dificultades, entre las que más se

destacan los estereotipos sociales y culturales.

Tabla 1

Variable independiente: Condicionantes periodísticos

Variable independiente: Condicionantes periodísticos					
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos	Índice
Condicionantes de género	Prejuicios	1,	Escala ordinal Muy de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Muy en desacuerdo = 1	Bueno 34 - 45 Regular 22 - 33 Malo 09 - 21	
	Diferencias según género	2,			
	Discriminación	3,			
Condicionantes súbs	Estereotipos sociales	4,			
	Forma de crianza	5,			
	Preparación académica	6,			
Condicionantes de fuentes	Los medios de comunicación	7,			
	Patrocinadores	8,			
	Área de relaciones públicas	9,			

Tabla 2

Variable dependiente: Participación femenina en programas deportivos

Variable dependiente: Participación femenina en programas deportivos					
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos	Índice
	Influencia del género	10,	Escala ordinal Muy de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Muy en desacuerdo = 1	Bueno Regular Malo	
	Influencia de la sociedad	11,			
	Factores de salud	12,			
Audiencia selectiva	El espectador empoderado				
	Calidad del contenido televisivo				
	Importancia del aspecto físico de los conductores de TV				
	Poca preparación				

Desconocimiento de temas futbolísticos	Desinterés				
	Inaccesibilidad				

Variables			
Variable independiente		Variable dependiente	
Condicionantes periodísticos		Participación femenina en programas deportivos	
Dimensiones	Indicadores	Dimensiones	Indicadores
Condicionantes de género	Prejuicios	El techo de cristal	Influencia de género
	Diferencias según género		Influencia de la sociedad
	Discriminación		Factores externos
Condicionantes sociales	Esteriotipos sociales	La audiencia selectiva	El espectador empoderado
	Formas de crianza		Calidad del contenido televisivo
	Preparación académica		Importancia del aspecto físico de los conductores de TV
Condicionantes de las fuentes	Los medios de comunicación	Desconocimiento de temas futbolísticos	Poca preparación
	Patrocinadores		Desinterés
	Área de relaciones públicas		Inaccesibilidad

3.2.2 Operacionalización de las variables/categorías

Variable Independiente: Condicionantes periodísticos

Tabla 3

Matriz de Operacionalización de las variables (cuantitativo)

VARIABLE 1: CONDICIONANTES PERIODÍSTICOS				
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	ÍNDICE
Condicionamiento de género	Prejuicios	1. A su parecer ¿en la televisión peruana predominan prejuicios negativos?	Escala de Likert	
	Diferencias según género	2. ¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?		
	Discriminación	3. ¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?		
Condicionamiento social	Esteretipos sociales	4. A su criterio, ¿los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?	Muy de acuerdo	5
			De acuerdo	4
			Ni de acuerdo ni desacuerdo	3
	Formas de crianza	5. Según su punto de vista, ¿la forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?	En desacuerdo	2
		6. ¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?	Muy en desacuerdo	1

	Preparación académica	7. ¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que SÍ lo hizo?		
Condicionamiento de las fuentes	Los medios de comunicación	8. En su opinión, ¿los temas deportivos son más difundidos por la televisión, que por los medios escritos o radiales?		
	Patrocinadores	9. A su parecer, ¿el contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener?		
	Área de relaciones públicas	10. ¿Considera que existen alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol?		

VARIABLE 2: PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	ÍNDICE
El techo de cristal	Influencia del género	11. ¿Cree que el factor 'género' es determinante para acceder a algunos puestos de trabajo?	Escala de Likert	5
		12. ¿Percibe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos?	Totalmente de acuerdo De acuerdo	

	Influencia de la sociedad	13. Según su criterio, ¿la sociedad influye en la elección de los conductores o comentaristas de los programas deportivos televisivos?	Ni de acuerdo ni desacuerdo	3
			En desacuerdo	2
			Totalmente en desacuerdo	1
	Factores externos	14. A su parecer, ¿los factores externos como: el poder o intereses personales influyen en la elección de los conductores o reporteros de TV?		
La audiencia selectiva	El espectador empoderado	15. ¿Considera que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo en Perú?		
	Calidad del contenido televisivo	16. ¿Cree que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así, brinda un contenido de calidad?		
		17. ¿Usted considera que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad?		
	Importancia del aspecto físico de los conductores de TV	18. Según su percepción, ¿los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico?		
Desconocimiento de temas futbolísticos	Poca preparación	19. Según su punto de vista, ¿las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo?		
	Desinterés	20. ¿Considera que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos (fútbol)?		

Inaccesibilidad	21. A su parecer, ¿las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?		
-----------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Tabla 4

Matriz de Operacionalización de las variables (cualitativo) Instrumento: Ficha de observación

VARIABLE 1: CONDICIONANTES PERIODÍSTICOS						
DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	SI	NO	NO APLICA	OBSERVACIÓN / CONCLUSIÓN
Condicionamiento de género	Prejuicios	Hay mujeres en la conducción				
	Diferencias según género	Cuenta con panelistas mujeres				
	Discriminación	Presentan notas o reportajes elaborados por periodistas mujeres				
Condicionamiento social	Estereotipos sociales	Comentarios machistas de televidentes				
	Formas de crianza	Conductores con lenguaje apropiado				
	Preparación académica	Conductores especializados en deportes				
Condicionamiento de las fuentes	Los medios de comunicación	Presentan notas exclusivas del medio				
	Patrocinadores	Anuncio continuo de patrocinadores o auspiciadores				
	Área de relaciones públicas	Notas con créditos de algún club de fútbol				

VARIABLE 2: PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS						
DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	SI	NO	NO APLICA	OBSERVACIÓN / CONCLUSIÓN
El techo de cristal	Influencia del género	Valoración de la opinión de la conductora o reportera mujer				
	Influencia de la sociedad	Uso de un lenguaje prejuicioso o estereotipado				
	Factores externos	Maltrato hacia la reportera mujer				
Audiencia selectiva	El espectador empoderado	Interacción con el televidente durante la emisión del programa				
	Calidad del contenido televisivo	Información relevante				
	Importancia del aspecto físico	Conductoras esbeltas y bien vestidas				
Desconocimiento de temas futbolísticos	Poca preparación	Desconocimiento de temas deportivos				
	Desinterés	Poca participación de mujeres televidentes				
	Inaccesibilidad	Buena calidad de las notas informativas				

3.3 Métodos de investigación

El presente estudio empleó el método hipotético – deductivo, debido a que las hipótesis planteadas fueron el punto de partida para las nuevas deducciones.

Rodríguez y Pérez (200) explican que en este método “se parte de una hipótesis inferida de principios o leyes o sugerida por los datos empíricos, y aplicando las reglas de la deducción, se arriba a predicciones que se someten a verificación empírica, y si hay correspondencia con los hechos, se comprueba la veracidad o no de la hipótesis de partida” (pp. 1-26).

3.4 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.4.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo aplicada, puesto que se pretende apoyar en la solución de una problemática social.

Según Padrón (2006), este tipo de investigación “incluye cualquier esfuerzo sistemático y socializado por resolver problemas o intervenir situaciones”

3.4.2 Nivel de investigación

La investigación es de nivel descriptivo, ya que se amplió el conocimiento previo que se tiene al respecto del problema, detallando cómo se da y de qué forma se manifiestan los condicionantes. Según Hernández et al. (2003), citando a Danke, afirman que los estudios descriptivos “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos comunidades o cualquier otro fenómeno que es sometido a un análisis” (p. 117).

3.4.3 Diseño de investigación

El diseño de esta investigación es no experimental, porque no hubo manipulación de variables; es etnográfico y hermenéutico, porque se revisaron artículos y tesis relacionadas al objeto de estudio, así como se evaluaron a periodistas y programas deportivos. Según Martínez (1989), este modelo de diseño “trata de introducirse en el contenido de la dinámica de la persona estudiada y sus implicaciones, y busca estructurar una interpretación coherente del todo” (p. 169).

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

La población estuvo constituida por:

- (04) periodistas deportivos de TV Perú, La República y Conexión DIRECTV
- (85) jóvenes televidentes entre 13 y 35 años de distintas regiones del Perú, como Áncash, Arequipa, Cajamarca, Lima, La Libertad, Piura y Junín.

3.5.2 Muestra

Para la muestra se consideró toda la población por ser pequeña.

3.5.3 Muestreo

Se empleó el muestreo no probabilístico por conveniencia, puesto que “no resulta de un proceso de selección aleatorio, sino que los sujetos son seleccionados en función de su accesibilidad o a criterio personal e intencional del investigador” (Cuesta, 2009).

Como se cuenta con dos muestras, es necesario precisar que la información obtenida sobre la primera muestra, los programas deportivos, responden a la investigación cualitativa; mientras que los datos recogidos sobre la segunda muestra, los televidentes, responde a la investigación cuantitativa. En ambos casos se empleó el muestreo por conveniencia.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1 Técnicas

A fin de cumplir con los objetivos se combinaron diversas técnicas, que fueron “los medios empleados para recolectar información” (Rodríguez, 2008, p. 10). Entre ellas:

Para la investigación cualitativa:

- Entrevista: Sabino (1992) señalaba que esta técnica, desde el punto de vista del método, “es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación” (p. 116) la cual, en el presente trabajo, permitió conocer los puntos de vista de 4 profesionales involucrados en el periodismo deportivo.

- La observación: Esta técnica sirve, según señala Zapata (2006) “para presenciar directamente el fenómeno que estudia (el investigador), sin actuar sobre él, esto es, sin modificarlo o realizar cualquier tipo de operación que permita manipular” (p. 145), por ello fue usado para el analizar del comportamiento de la variable independiente, programas deportivos televisivos.

Para la investigación cuantitativa:

- Encuesta: Fue utilizada para consultar a 85 televidentes jóvenes (entre 13 y 35 años) sobre su percepción con respecto a estos programas deportivos y según Zapata (2006), esta técnica “está destinada a reunir, de manera sistemática, datos sobre determinado tema o temas relativos a una población, a través de contactos directos o indirectos con los individuos o grupo de individuos que integran la población estudiada”.

La decisión del número y las características de los encuestados responde al criterio del investigador a fin de presentar un trabajo completo que se base lo máximo posible a la realidad peruana. Considerando 85 como un numero adecuado y las características de los encuestados acordes al tema de estudio, debido a que, en ese rango de edad, el público consumidor decide por sí mismo y puede generar una propia opinión. Además, es el rango de edad que más consume los programas televisivos.

3.6.2 Instrumentos

Como señalaba Sabino (2000) “los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información”, por ello, para que se lleve a cabo el presente estudio, se emplearon los siguientes:

Para la investigación cualitativa:

- La guía de entrevista: Para la investigación cualitativa se utilizó esta guía compuesta por 5 preguntas abiertas vinculadas a las dimensiones: condicionamiento de género, condicionamiento social, audiencia selectiva y techo de cristal, a fin de obtener información de los periodistas deportivos debido a su experiencia en el rubro (ver anexo 15). Según Bodgan y Taylor (2000), este instrumento “se trata de una lista de áreas generales que deben cubrirse con cada informante y sirve solamente para recordar que se deben hacer preguntas sobre ciertos temas” (p. 119).

- La guía de observación: Con ella se llevó el control y registro de los programas deportivos analizados, Conexión DIRECTV y De Fútbol Se Habla Así. Para ello, se dividió dicha guía en dimensiones, indicadores y subindicadores, todos relacionados a las variables Factores Periodísticos Determinantes y Participación Femenina en los Programas Deportivos (ver anexo 17). De acuerdo a Tamayo (2004) este instrumento es “un formato en el cual se pueden recolectar los datos en sistemática y se pueden registrar en forma uniforme, su utilidad consiste en ofrecer una revisión clara y objetiva de los hechos, agrupa los datos según necesidades específicas, se hace respondiendo a la estructura de las variables o elementos del problema” (p. 172).

Para la investigación cuantitativa:

- El cuestionario: Se empleó un cuestionario escala Likert bipolar para encuestar a 85 televidentes que consumen los programas deportivos estudiados, Conexión DIRECTV y De Fútbol Se Habla Así. Las preguntas respondían a las dimensiones, indicadores y subindicadores relacionados a las variables Factores Periodísticos Determinantes y Participación Femenina en los Programas Deportivos. Además, dichas preguntas iban en una escala del 1 a 5, donde 1 era muy de acuerdo; 2, de acuerdo; 3, ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4, en desacuerdo; y 5, muy en desacuerdo (ver anexo 16). Bertram (2008) lo definía como un “instrumento psicométrico donde el encuestado debe indicar su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, lo que se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional”.

Los instrumentos fueron sometidos previamente a una prueba piloto (ver anexo 2-6), así como a una evaluación por juicio de expertos (ver anexo 7-12).

Validez del instrumento

Los instrumentos se elaboraron teniendo en cuenta la necesidad de medir las variables de la investigación, mediante dimensiones que agruparon una serie de indicadores, con lo cual se garantizó que todos los ítems sean medibles. Dichos instrumentos de recolección de datos que se aplicaron a la población en estudio fueron sometidos a juicio de expertos en la especialidad para darle validez al contenido. Según Arribas (2004), la validez se refiere al “grado en que un instrumento de medida mide aquello que realmente pretende medir o sirve para el propósito para el que ha sido construido” (p. 27). Los indicadores de

validación fueron en el siguiente orden: claridad, objetividad, actualidad, organización, suficiente, intencionalidad, consistencia, coherencia, metodología y pertinencia. Los validadores fueron: Edwin Manuel Gonzales Durán, Magister en Gestión de la Educación (48 puntos), Luis Edilberto Garay Peña, Doctor en Educación (44 puntos), Marta Beatriz Ontaneda Portal, Licenciada en Ciencias de la Comunicación (49 puntos).

Los resultados de la puntuación promedio de la validación de los expertos para el instrumento cuestionario fueron de 48, 44 y 49 puntos, respectivamente, lo que representa el 94%, demostrando la validez del instrumento para su aplicación. Por lo tanto, se cumple con todos los requisitos temáticos y metodológicos requeridos, permitiendo establecer la relación entre las variables Factores Periodísticos Determinantes y Participación Femenina en los Programas Deportivos.

Tabla 5:

Validación de juicio de expertos

E estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,770	,782	21

Nº Ord	Apellidos y nombres	Puntaje	Valoración
1	Mg. Fernández Valle, Juan Augusto	44	Válido, aplicar
2	Dr. Garay Peña, Luis Edilberto	45	Válido, aplicar
3	Dr. Serrato Sánchez, Segundo	40	Válido, precisar

Fuente: Ficha de validación de los expertos.

Tabla 6*Validación del instrumento guía de observación según criterio de expertos*

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN		
		Validador 1	Validador 2	Validador 3
1. CLARIDAD	El instrumento está formulado con un lenguaje apropiado	5	4	4
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de datos observables.	5	3	3
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa a los criterios científicos y tecnológicos.	5	4	4
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.	5	3	3
5. SUFICIENTE	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.	5	4	4
6. INTENCIONALIDAD	Es adecuado para relacionar aspectos de las variables propuestas.	5	3	3
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la comunicación y el periodismo	5	3	5
8. COHERENCIA	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.	5	3	3
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación.	5	4	4
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.	5	3	4
Total		50	34	37

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la puntuación promedio de la validación de los expertos para el instrumento guía de observación fueron de 50, 34 y 37 puntos, respectivamente, lo que representa el 80.6%, demostrando la validez del instrumento para su aplicación. Por lo tanto, se cumplen con los requisitos temáticos y metodológicos requeridos, permitiendo establecer la relación entre las variables Factores Periodísticos Determinantes y Participación Femenina en los Programas Deportivos.

Confiabilidad del instrumento

Se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach para evaluar la confiabilidad del instrumento empleado para obtener la información relacionada a las variables Factores Periodísticos Determinantes y Participación Femenina en los Programas Deportivos, aplicada en un primero momento la prueba piloto conformada por 5 televidentes elegidos de manera aleatoria. Al respecto, Celina y Campo (2005) sostienen que el valor mínimo para que el coeficiente pueda ser considerado aceptable, es 0.7. En la presente investigación el coeficiente superó dicha cifra, lo que evidenció la consistencia interna en el cuestionario.

Tabla N° 7

Prueba de confiabilidad de las variables Factores Periodísticos Determinantes y Participación Femenina en los Programas Deportivos

Coeficiente	Criterio
Coeficiente alfa >.9	Es excelente
Coeficiente alfa >.8	Es bueno
Coeficiente alfa >.7	Es aceptable
Coeficiente alfa >.6	Es cuestionable
Coeficiente alfa >.5	Es pobre
Coeficiente alfa <.5	Es inaceptable

Fuente: elaborado por la Facultad de Estadística de la Universidad Santo Tomás.

Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente alfa de Cronbach

De los resultados de Alfa de Cronbach para la variable independiente y dependiente se observa que el índice de confiabilidad es de 0.77, lo que demuestra que la valoración de la fiabilidad de los ítems analizados supera el mínimo aceptable, por lo que se recomienda aplicar el instrumento a la muestra de estudio.

3.7 Técnicas de procesamiento de datos

Se usó el programa estadísticos Excel y el software IBM SPSS versión 22 para procesar, tabular y graficar la información recopilada a través de las encuestas, lo que

permitió describir y explicar las relaciones entre las variables de estudio.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Los resultados en la presente investigación titulada “Condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. Lima, 2021” se obtuvieron tras aplicar una serie de técnicas e instrumentos que se detallarán a continuación.

4.1 Descripción de los resultados

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas realizadas a 85 personas contando con la participación de jóvenes y adultos televidentes que consumen los programas deportivos: Conexión DIRECTV y De Fútbol Se Habla Así

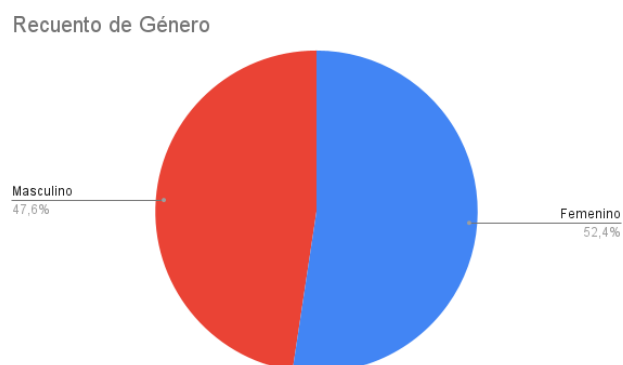
Tabla 8

Género

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	44	51,8
Masculino	40	47,1
No respondió	1	1,2

Figura 1

Género



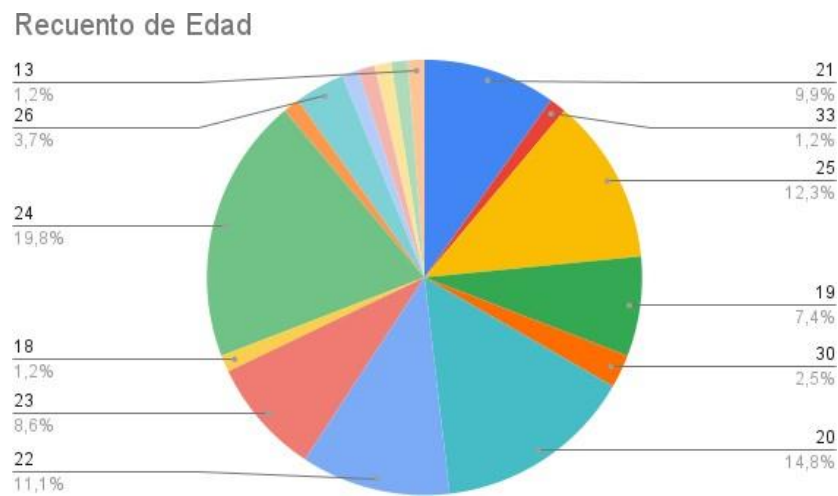
Interpretación:

La tabla 8 correspondiente a los datos de “Género”, muestra que el 51,8 % de los encuestados, equivalente a 44 personas, pertenecen al género femenino. Mientras que el 47,1%, equivalente a 40 personas, son del género masculino. Asimismo, una persona, que representa el 1,2% de la muestra, no contestó esta pregunta.

Cabe precisar que en la figura 1 se evidencia otro porcentaje, ya que el programa no contó a la única que persona que no respondió esta pregunta, tal como se puede apreciar en la tabla superior.

Tabla 9*Edad*

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
13 años	1	1,2
17 años	1	1,2
18 años	1	1,2
19 años	6	7,1
20 años	12	14,1
21 años	8	9,4
22 años	9	10,6
23 años	7	8,2
24 años	16	18,8
25 años	10	11,8
26 años	3	3,5
29 años	1	1,2
30 años	2	2,4
32 años	1	1,2
33 años	1	1,2
34 años	1	1,2
35 años	1	1,2
No respondió	4	4,7

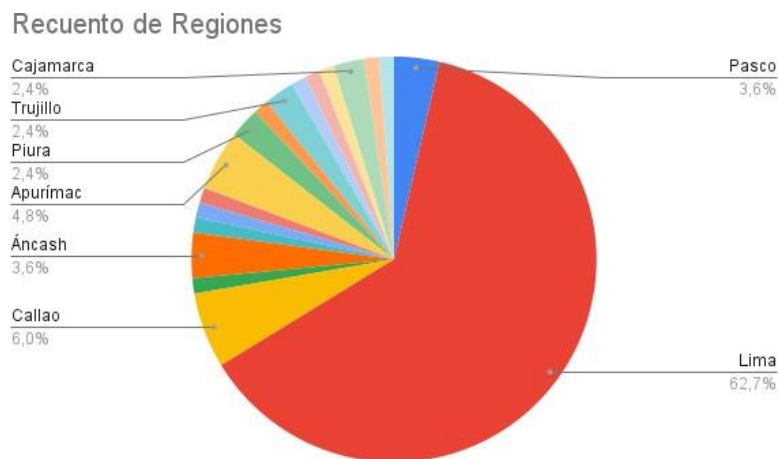
Figura 2*Edad***Interpretación:**

La tabla 9 correspondiente a los datos de “Edad”, muestra que el 18,8 % de los encuestados, que es la mayor cantidad de porcentaje, equivale a 16 personas que tienen 24 años. Mientras que, para las edades de 13, 17, 18, 29, 32, 33, 34 y 35 años solo se registra una persona para cada edad, lo que representa el 1,2% en cada caso, el cual es el porcentaje más bajo. Los demás encuestados oscilan entre los 19 y 30 años, descartando las edades previamente mencionadas. Asimismo, cuatro personas, que representan el 4,7% de la muestra, no contestaron esta pregunta.

Cabe precisar que en la figura 2 se evidencia otro porcentaje, ya que el programa no contó a las cuatro personas que no respondieron esta pregunta, tal como se puede apreciar en la tabla superior.

Tabla 10*Regiones*

REGIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Arequipa	2	2,4
Lima	52	61,2
Pasco	3	3,5
Callao	5	5,9
Huancayo	1	1,2
Áncash	3	3,5
Ica	1	1,2
Lurigancho - Chosica	1	1,2
Junín	1	1,2
Apurímac	4	4,7
Piura	2	2,4
Concepción	1	1,2
Trujillo	2	2,4
Tarma	1	1,2
Cusco	1	1,2
Cajamarca	2	2,4
Pichanaqui	1	1,2
Ayacucho	1	1,2
No respondió	1	1,2

Figura 3*Regiones***Interpretación:**

La tabla 10 correspondiente a los datos de “Regiones”, muestra que el 61,2 % de los encuestados, que es la mayor cantidad de porcentaje, equivale a 52 personas que provienen de Lima. Mientras que, para las regiones de Huancayo, Ica, Lurigancho –

Chosica, Junín, Concepción, Tarma, Cusco, Pichanaqui y Ayacucho solo se registra una persona para cada región, lo que representa el 1,2% en cada caso, el cual es el porcentaje más bajo. Los demás encuestados provienen de las regiones de Arequipa, Piura, Trujillo y Cajamarca con 2,4% cada uno, que equivale a 2 personas en cada región; Pasco y Áncash con 3,5% cada uno, que equivale a 3 personas en cada región; y Callao con 5,9%, que equivale a 5 personas. Asimismo, cuatro personas, que representan el 4,7% de la muestra, no contestaron esta pregunta.

Cabe precisar que en la figura 3 se evidencia otro porcentaje, ya que el programa no contó a la única que persona que no respondió esta pregunta, tal como se puede apreciar en la tabla superior.

Presentación de datos cuantitativos

Para efectuar el estudio se realizó una encuesta a 85 jóvenes televidentes, entre 13 y 35 años de distintas regiones del Perú, como Áncash, Arequipa, Pasco, Callao, Huancayo, Ica, Lurigancho-Chosica, Apurímac, Concepción, Trujillo, Cusco, Tarma, Pichanaqui, Ayacucho, Cajamarca, Lima, Piura y Junín, mediante un cuestionario de escala Likert que contó con 21 preguntas debidamente estructuradas, con el propósito de conocer su percepción sobre las mujeres periodistas que participan en los canales televisivos.

Variable independiente “Condicionantes periodísticos”

A continuación, se presentan los resultados obtenidos para dicha variable

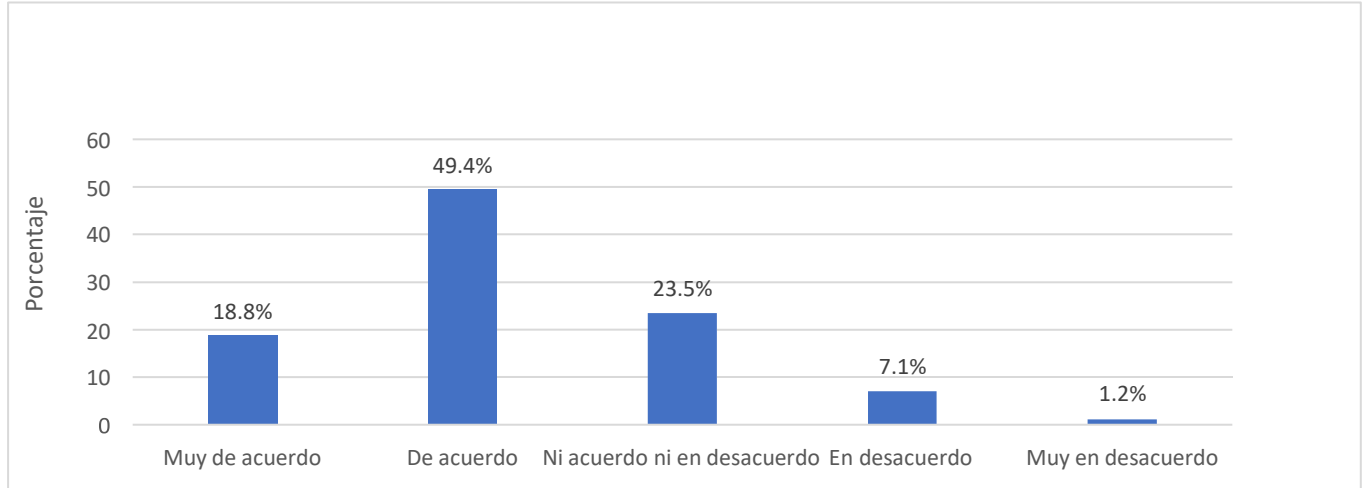
Tabla 11

¿En la televisión peruana predominan prejuicios negativos?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	16	18,8
De acuerdo	42	49,4
Ni acuerdo ni en desacuerdo	20	23,5
En desacuerdo	6	7,1
Muy en desacuerdo	1	1,2
Total	85	100,0

Figura 4

¿En la televisión peruana predominan prejuicios negativos?

**Interpretación:**

En la tabla 11 y figura 4, se aprecia que el 49,4 % de los encuestados está de acuerdo en afirmar que predominan prejuicios negativos en la televisión peruana. Mientras que el 18,8% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 23,5% no está de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación. Asimismo, un 7,1% está en desacuerdo y finalmente, un 1,2% está muy en desacuerdo.

Cabe precisar que entre los prejuicios se consideraron el machismo, sexismo, discriminación, estereotipos, entre otros, los cuales fueron obtenidos de las respuestas vinculadas con la base teórica sostenida por Fernández (2015), quien precisaba que, en muchas ocasiones, la mujer es visualizada “como un enganche de imagen hacia los televidentes”, sin llegar a ser considerada una profesional capaz de desempeñarse correctamente y resaltar por su conocimiento.

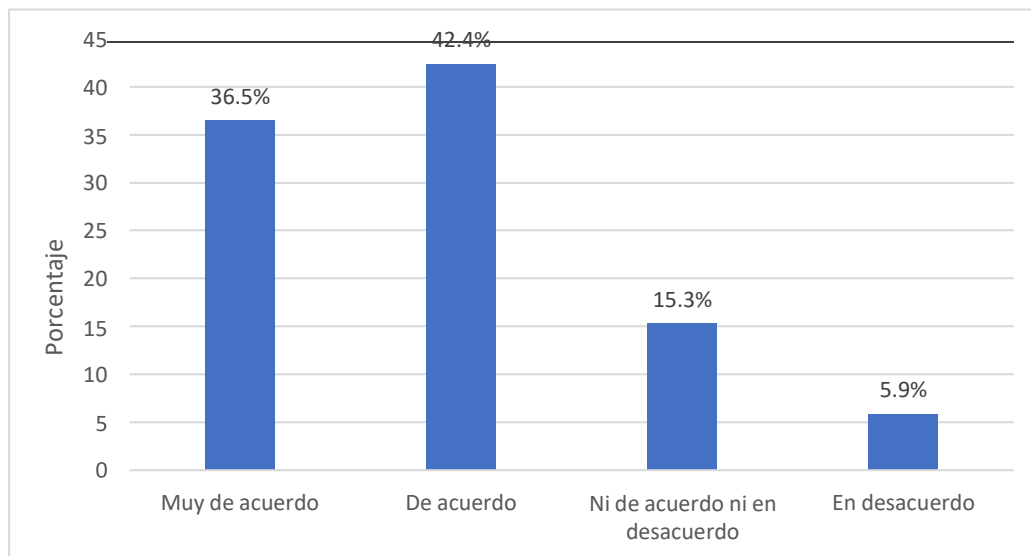
Tabla 12

¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	31	36,5
De acuerdo	36	42,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	15,3
En desacuerdo	5	5,9
Total	85	100,0

Figura 5

¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?



Interpretación:

En la tabla 12 y figura 5, se observa que el 42, 4% de los televidentes está de acuerdo en considerar que existen preferencias por el género masculino en los programas deportivos. Mientras que el 36,5% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 15,3% no está ni de acuerdo en desacuerdo con dicha consideración y finalmente, un 5,9% está en desacuerdo.

Cabe resaltar que, en los programas analizados en esta investigación, se evidenciaba la predominancia de los hombres en la conducción, debido a que, solo había una mujer en

cada programa. Mientras que en el caso de los hombres el número se incrementaba de 2 a más.

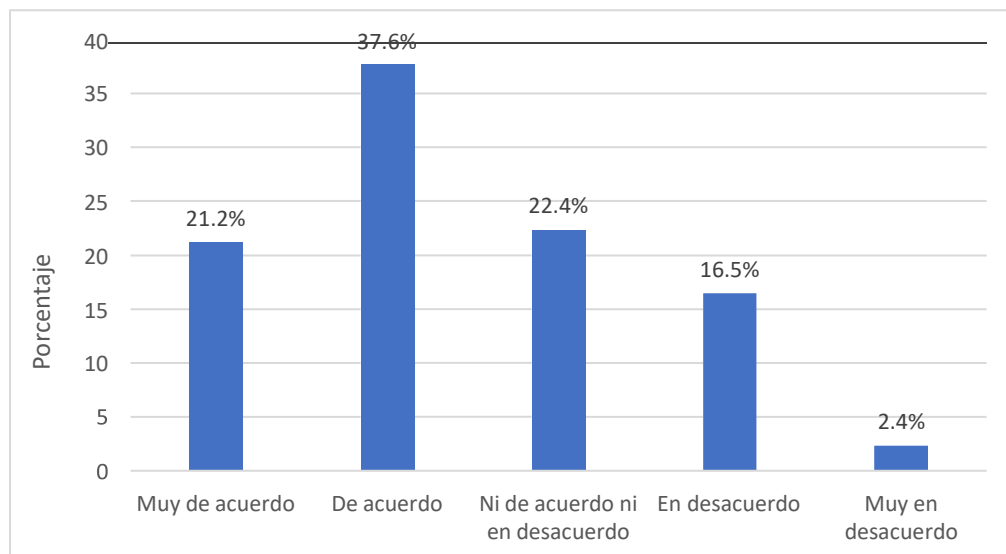
Tabla 13

¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	18	21,2
De acuerdo	32	37,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	22,4
En desacuerdo	14	16,5
Muy en desacuerdo	2	2,4
Total	85	100,0

Figura 6

¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?



Interpretación:

En la tabla 13 y figura 6, se aprecia que el 37,6% de los encuestados está de acuerdo en señalar que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos. Mientras que el 21,2% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 22,4% no está de acuerdo ni en desacuerdo con lo anteriormente señalado. Asimismo, el 16,5% está en desacuerdo y finalmente, un 2,4% está muy en desacuerdo.

Como precisaban Prevert et al. (2012) en las bases teóricas referidas, la discriminación “revela una distinción que se opera a través de un tratamiento menos favorable de personas o de grupos en relación a otros”, en este caso, las féminas representan el grupo desfavorecido.

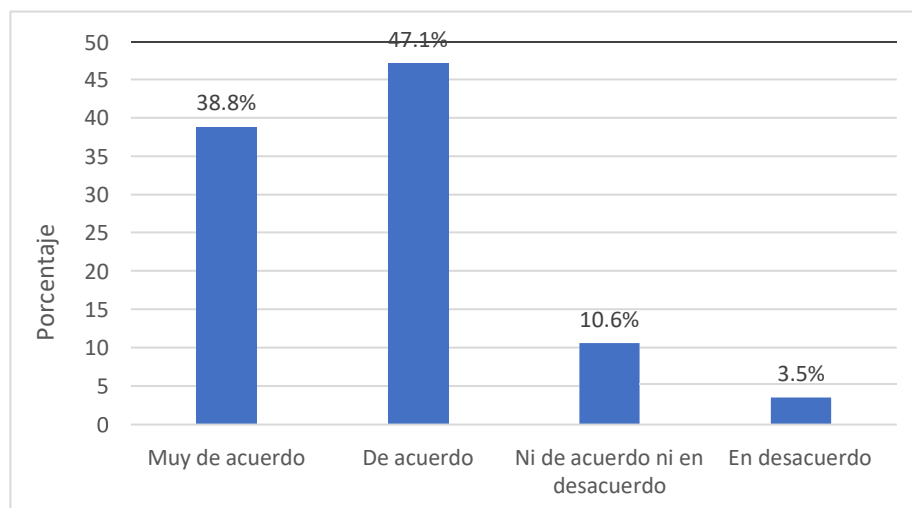
Tabla 14

¿Los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	33	38,8
De acuerdo	40	47,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	10,6
En desacuerdo	3	3,5
Total	85	100,0

Figura 7

¿Los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?



Interpretación:

En la tabla 14 y figura 7, se aprecia que el 47,1% de los encuestados está de acuerdo en considerar que los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes

de la televisión peruana. Mientras que el 38,8% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 10,6% no está de acuerdo ni en desacuerdo con la consideración. Finalmente, solo el 3,5% está en desacuerdo.

Como se refirió en las bases teóricas, Mannoni (1998) sostenía que estos estereotipos están profundamente ligados a los prejuicios a los cuales la población está acostumbrada.

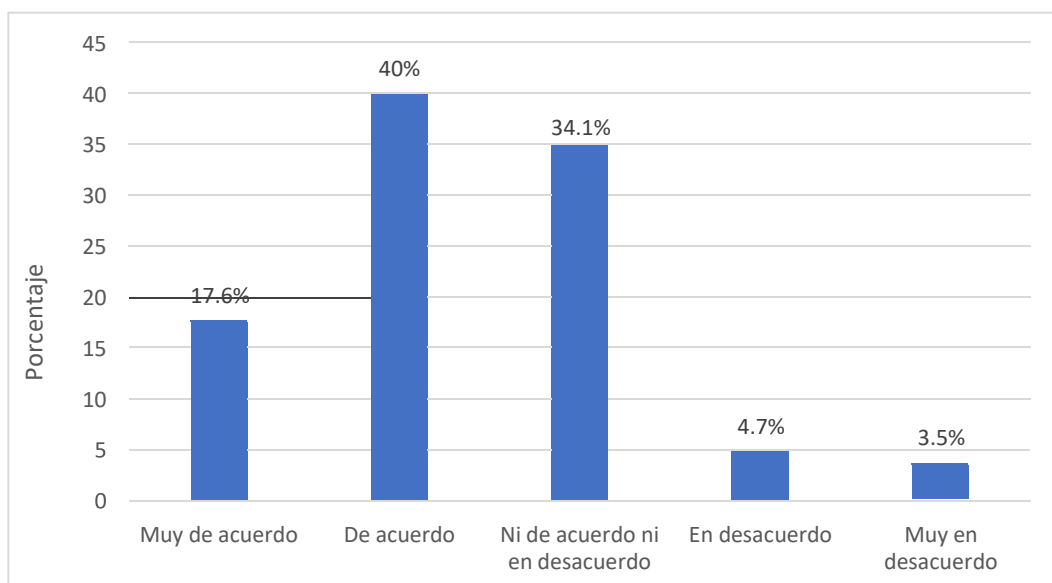
Tabla 15

Según su punto de vista, ¿la forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	15	17,6
De acuerdo	34	40,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	34,1
En desacuerdo	4	4,7
Muy en desacuerdo	3	3,5
Total	85	100,0

Figura 8

¿La forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?



Interpretación:

En la tabla 15 y figura 8, se observa que el 40% de los televidentes encuestados está de acuerdo en aseverar que la forma de crianza que recibe una persona influye en la elección de su carrera profesional. Mientras que el 17,6% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 34,1% no está de acuerdo ni en desacuerdo con la aseveración. Asimismo, un 4,7% está en desacuerdo y finalmente, un 3,5% está muy en desacuerdo.

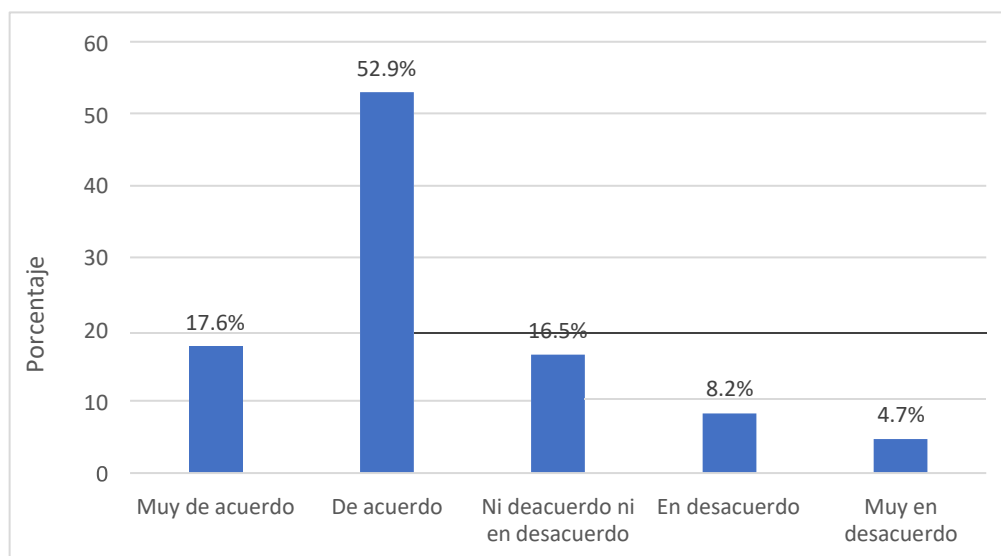
Tabla 16

¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	15	17,6
De acuerdo	45	52,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	16,5
En desacuerdo	7	8,2
Muy en desacuerdo	4	4,7
Total	85	100,0

Figura 9

¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?

**Interpretación:**

En la tabla 16 y figura 9, se aprecia que, el 52,9% de los jóvenes encuestados considera que la preparación académica que recibe una persona determina su puesto de trabajo. Mientras que el 17,6% está

de acuerdo. Por otro lado, 16,5% no está de acuerdo ni en desacuerdo con la consideración. Asimismo, el 8,2% está en desacuerdo y finalmente, el 4.7% está muy en desacuerdo.

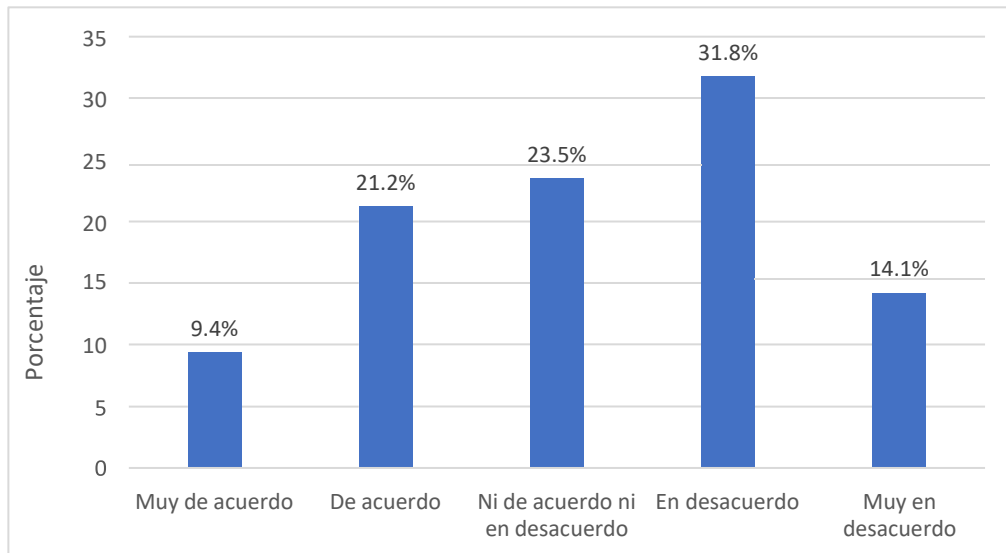
Tabla 17

¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que SÍ lo hizo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	8	9,4
De acuerdo	18	21,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	23,5
En desacuerdo	27	31,8
Muy en desacuerdo	12	14,1
Total	85	100,0

Figura 10

¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que SÍ lo hizo?



Interpretación:

En la tabla 17 y figura 10, se puede observar que las opiniones fueron variadas. El 31, 8% de los encuestados está en desacuerdo en señalar que una persona que no estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que sí lo hizo. Mientras que el 14, 1% está muy en desacuerdo. Por otro lado, el

23,5% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con lo señalado. Asimismo, el 21,2% sí está de acuerdo y finalmente, el 9,4% está muy de acuerdo.

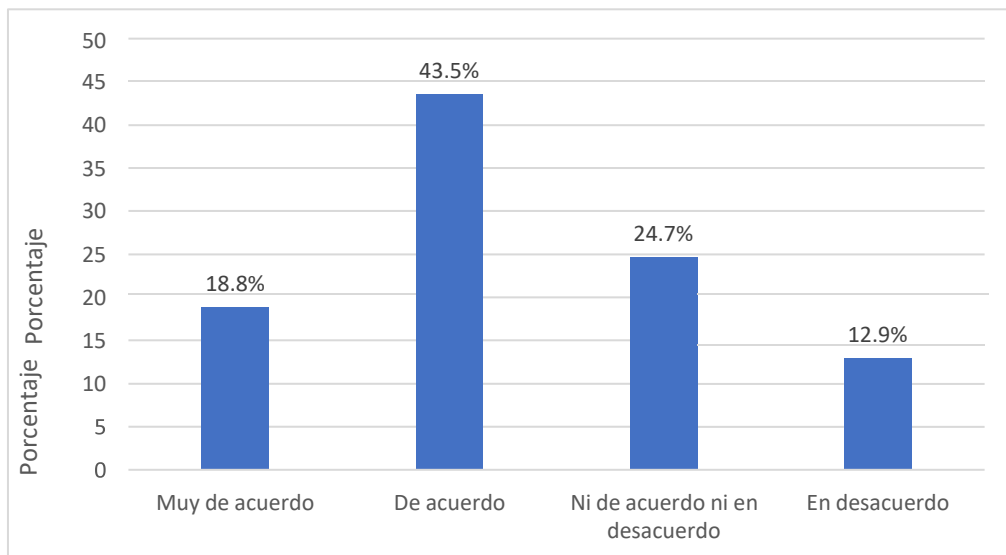
Tabla 18

¿Los temas deportivos son más difundidos por la televisión, que por los medios escritos o radiales?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	16	18,8
De acuerdo	37	43,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	24,7
En desacuerdo	11	12,9
Total	85	100,0

Figura 11

¿Los temas deportivos son más difundidos por la televisión, que por los medios escritos o



Interpretación:

En la tabla 18 y figura 11, se puede apreciar que el 43,5% de los encuestados está de acuerdo en aseverar que los temas deportivos son más difundidos por la televisión que por los medios escritos o radiales. Mientras que el 18,8% está muy de acuerdo. Por otro lado,

el 24,7% no está de acuerdo ni en desacuerdo con esta aseveración. Finalmente, el 12,9% está en desacuerdo.

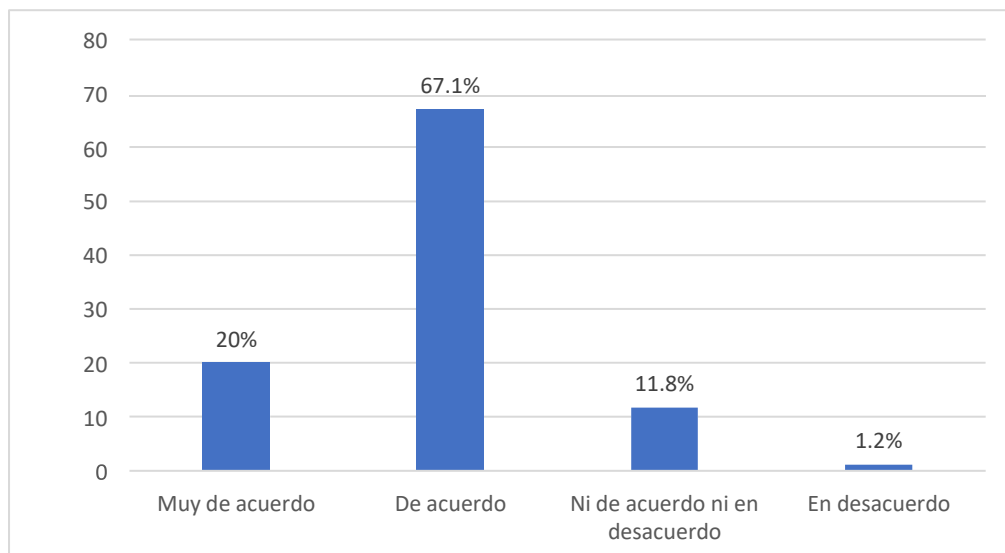
Tabla 19

¿El contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	17	20,0
De acuerdo	57	67,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	11,8
En desacuerdo	1	1,2
Total	85	100,0

Figura 12

¿El contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener?



Interpretación:

La tabla 19 y figura 12 permiten observar que la mayoría de los encuestados, el 67,1%, está de acuerdo en afirmar que el contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener. Mientras que el 20% está muy de acuerdo. Por otro lado, 11,8% no está de acuerdo ni en desacuerdo con esta afirmación. Finalmente, solo el 1,2% está en desacuerdo.

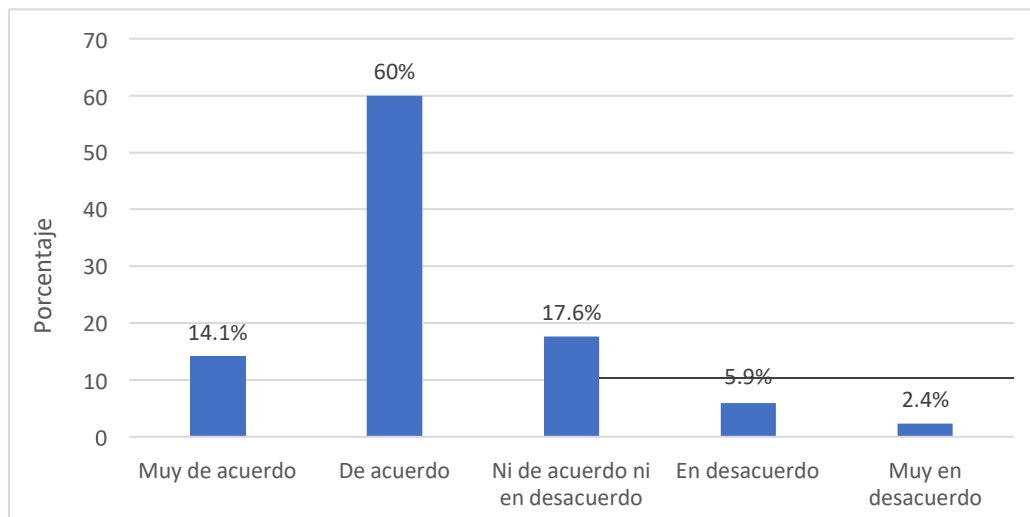
Tabla 20

¿Considera que existen alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	12	14,1
De acuerdo	51	60,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	17,6
En desacuerdo	5	5,9
Muy en desacuerdo	2	2,4
Total	85	100,0

Figura 13

¿Considera que existen alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol?



Interpretación:

De la tabla 20 y figura 13, se puede determinar que el 60% de las personas encuestadas está de acuerdo en considerar que hay alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol. Mientras que el 14,1% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 17,6% no está de acuerdo ni en desacuerdo con la consideración. Asimismo, el 5,9% está en desacuerdo y finalmente, solo el 2,4% está muy en desacuerdo.

Variable dependiente “Participación femenina en los programas deportivos”

A continuación, se presentan los resultados obtenidos para dicha variable:

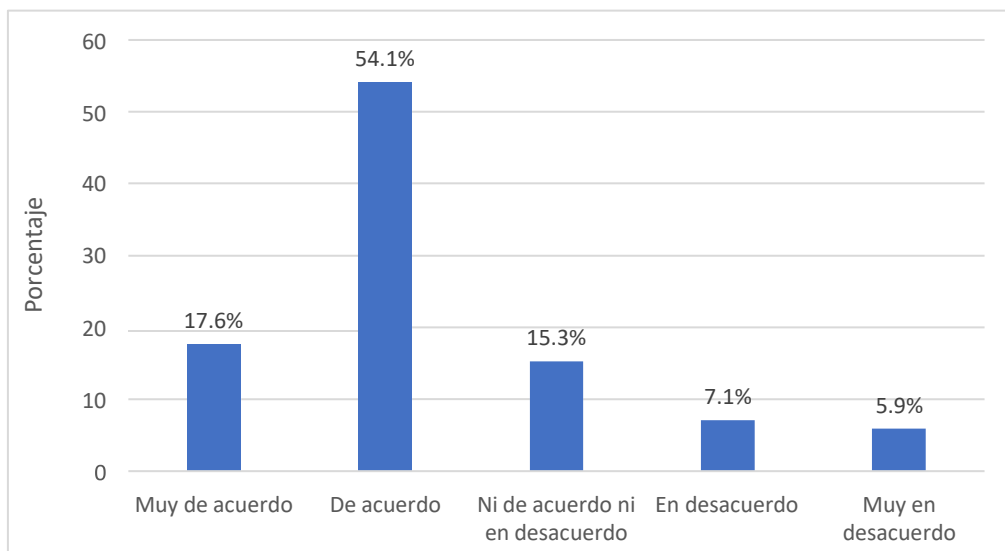
Tabla 21

¿Cree que el factor “género” es determinante para acceder a algunos puestos de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	15	17,6
De acuerdo	46	54,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	15,3
En desacuerdo	6	7,1
Muy en desacuerdo	5	5,9
Total	85	100,0

Figura 14

¿Cree que el factor “género” es determinante para acceder a algunos puestos de trabajo?



Interpretación:

En la tabla 21 y la figura 14, se aprecia que el 54,1% de los televidentes encuestados está de acuerdo en señalar que el factor ‘género’ determina el acceso a ciertos puestos de trabajo. Mientras que el 17,6% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 15,3% no está de acuerdo ni en desacuerdo con lo previamente señalado. Asimismo, el 7,1% está en desacuerdo y el 5,9% está muy en desacuerdo.

Cabe señalar que esta percepción de los televidentes es avalada por las periodistas entrevistadas, como Milagros Crisanto, Camila Zapata y Rosa María Muñoz, quienes detallaron que, en su camino por abrirse paso en el periodismo deportivo, atravesaron muchas dificultades que se originaron solo por su condición de mujeres.

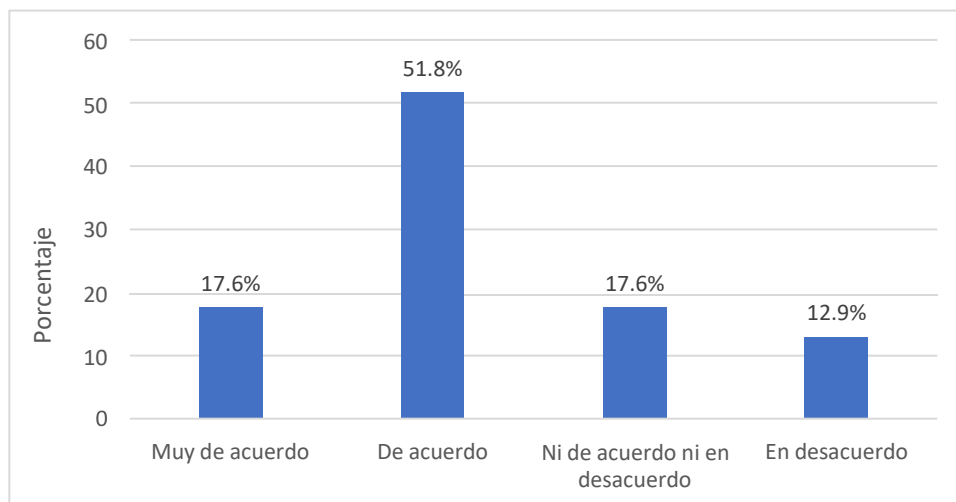
Tabla 22

¿Percibe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	15	17,6
De acuerdo	44	51,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	17,6
En desacuerdo	11	12,9
Total	85	100,0

Figura 15

¿Percibe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos?



Interpretación:

En la tabla 22 y la figura 15, se observa que el 51,8% de televidentes encuestados está de acuerdo con la percepción de que existe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos televisivos. Mientras que el 17,6% está muy de acuerdo. Por otro lado, el mismo porcentaje, 17,6%, no está de acuerdo ni en desacuerdo con dicha percepción. Finalmente, el 12,9% está muy en desacuerdo.

Como se precisó en las bases teóricas, la percepción de algunos televidentes sobre este sexismo mayormente radica en la poca presencia de las mujeres en la conducción de estos programas.

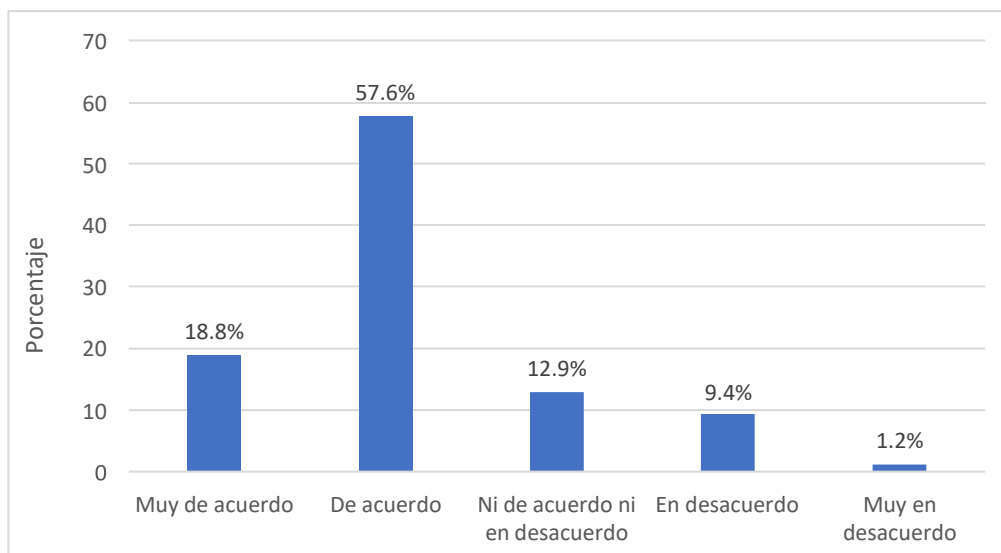
Tabla 23

¿La sociedad influye en la elección de los conductores o comentaristas de los programas deportivos televisivos?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	16	18,8
De acuerdo	49	57,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	12,9
En desacuerdo	8	9,4
Muy en desacuerdo	1	1,2
Total	85	100,0

Figura 16

¿La sociedad influye en la elección de los conductores o comentaristas de los programas deportivos televisivos?



Interpretación:

En la tabla 23 y la figura 16, se puede apreciar que, para la mayoría de los encuestados, el 57,6%, está de acuerdo en afirmar que la sociedad influye al momento de elegir conductores o comentaristas en los programas deportivos televisivos. Mientras que el 18,8% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 12,9% no está de acuerdo ni en desacuerdo con lo afirmado. Asimismo, el 9,4% está en desacuerdo y únicamente el 1,2% está muy en desacuerdo.

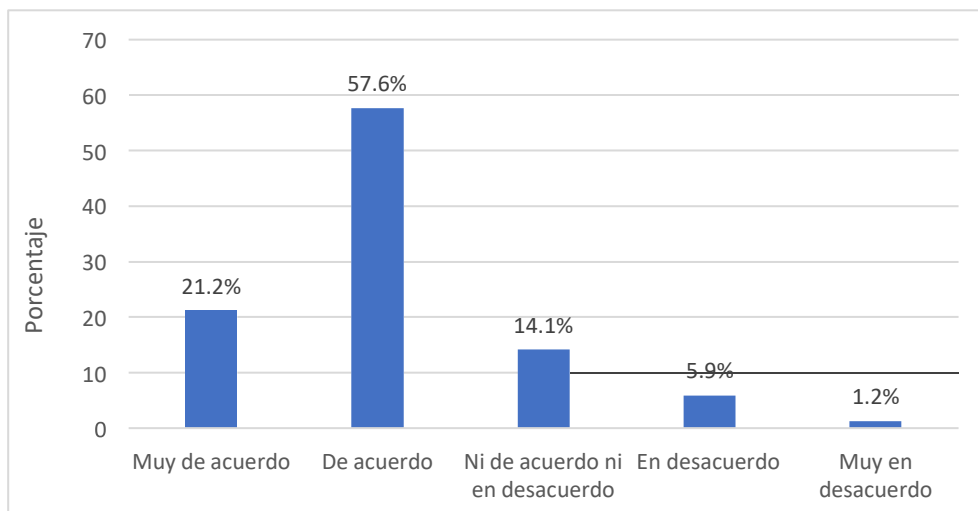
Tabla 24

¿Los factores externos como el poder o intereses personales influyen en la elección de los conductores o reporteros de TV?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	18	21,2
De acuerdo	49	57,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	14,1
En desacuerdo	5	5,9
Muy en desacuerdo	1	1,2
Total	85	100,0

Figura 17

¿Los factores externos como el poder o intereses personales influyen en la elección de los conductores o reporteros de TV?



Interpretación:

En la tabla 24 y la figura 17, se puede observar que, el 57,6% de los televidentes está de acuerdo en considerar que los factores externos como el poder o intereses personales influyen en la elección de conductores o reporteros de TV. Mientras que el 21,2% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 14,1% no está ni cuerdo ni en desacuerdo con la consideración. Asimismo, el 5,9% está en desacuerdo y solo el 1,2% está muy en desacuerdo.

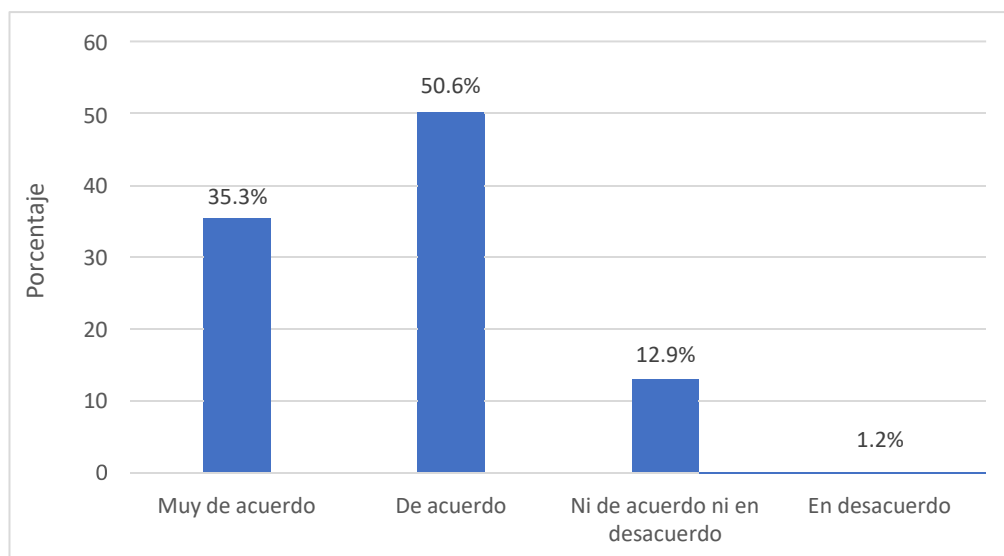
Tabla 25

¿Considera que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	30	35,3
De acuerdo	43	50,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	12,9
En desacuerdo	1	1,2
Total	85	100,0

Figura 18

¿Considera que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo?



Interpretación:

En la tabla 25 y figura 18, se puede observar que, el 50,6% de los encuestados está de acuerdo en considerar que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo en Perú. Mientras que el 35,6% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 12,9% no está de acuerdo ni en desacuerdo con dicha consideración. Finalmente, el 1,2% está en desacuerdo.

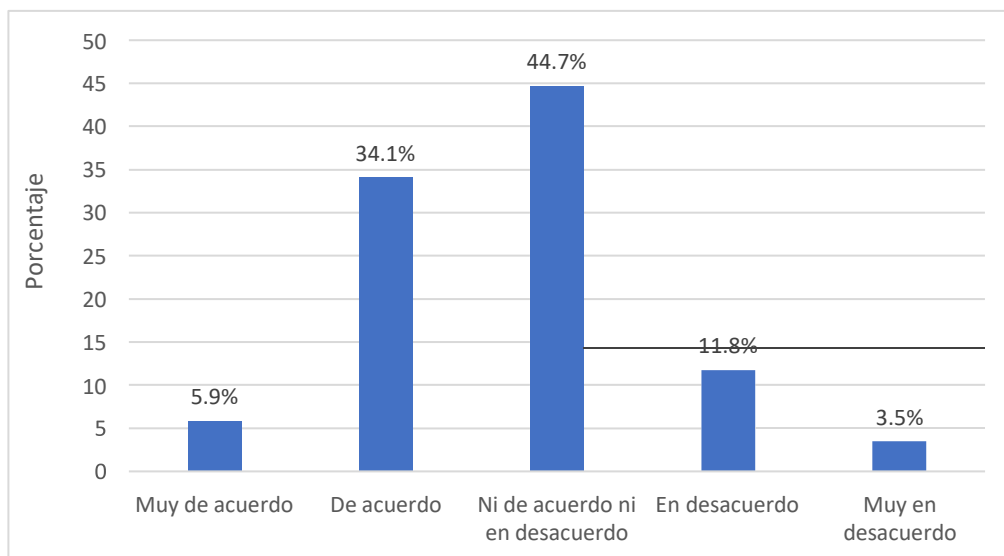
Tabla 26

¿Cree que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así brinda un contenido de calidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	5	5,9
De acuerdo	29	34,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	44,7
En desacuerdo	10	11,8
Muy en desacuerdo	3	3,5
Total	85	100,0

Figura 19

¿Cree que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así brinda un contenido de calidad?



Interpretación:

En la tabla 26 y figura 19, se puede apreciar que el 34,1% de los televidentes encuestados está de acuerdo en afirmar que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así brinda un contenido de calidad. Mientras que 5,9% está muy de acuerdo. Por otro lado, un considerable 44,7% no está de acuerdo ni en desacuerdo con tal afirmación. Asimismo, el 11,8% está en desacuerdo y finalmente, el 3,5% está muy en desacuerdo.

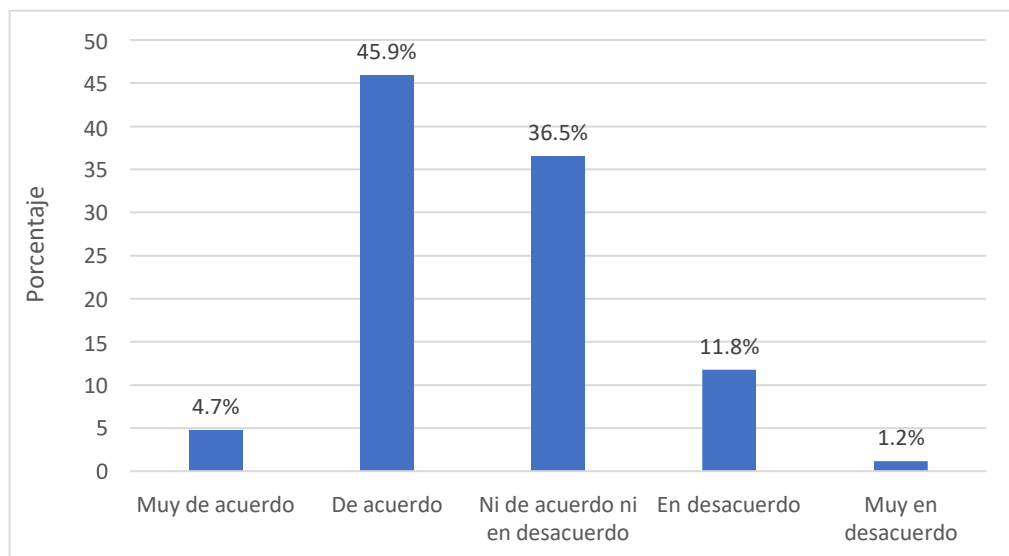
Tabla 27

¿Considera que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	4	4,7
De acuerdo	39	45,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	36,5
En desacuerdo	10	11,8
Muy en desacuerdo	1	1,2
Total	85	100,0

Figura 20

¿Considera que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad?



Interpretación:

En la tabla 27 y figura 20, se puede observar que el 45,9% de los televidentes encuestados está de acuerdo en señalar que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad. Mientras que el 4,7% está muy de acuerdo. Por otro lado, solo el 36,5% no está de acuerdo ni en desacuerdo con lo señalado. Asimismo, el 11,2% está en desacuerdo y solo el 1,2% está muy en desacuerdo.

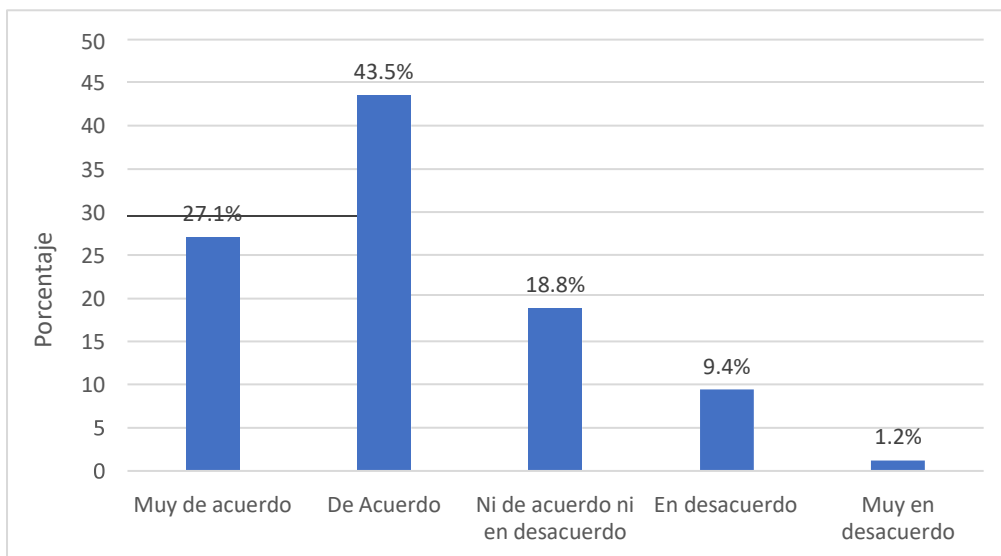
Tabla 28

¿Los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	23	27,1
De Acuerdo	37	43,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	18,8
En desacuerdo	8	9,4
Muy en desacuerdo	1	1,2
Total	85	100,0

Figura 21

¿Los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico?



Interpretación:

En la tabla 28 y figura 21, se aprecia que, el 43,5% de las personas que fueron encuestadas está de acuerdo en aseverar que los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico. Mientras que el 27,2% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 18.8% no está de acuerdo ni en desacuerdo con dicha aseveración. Asimismo, el 9,4% está en desacuerdo y finalmente, el 1,2% está muy en desacuerdo.

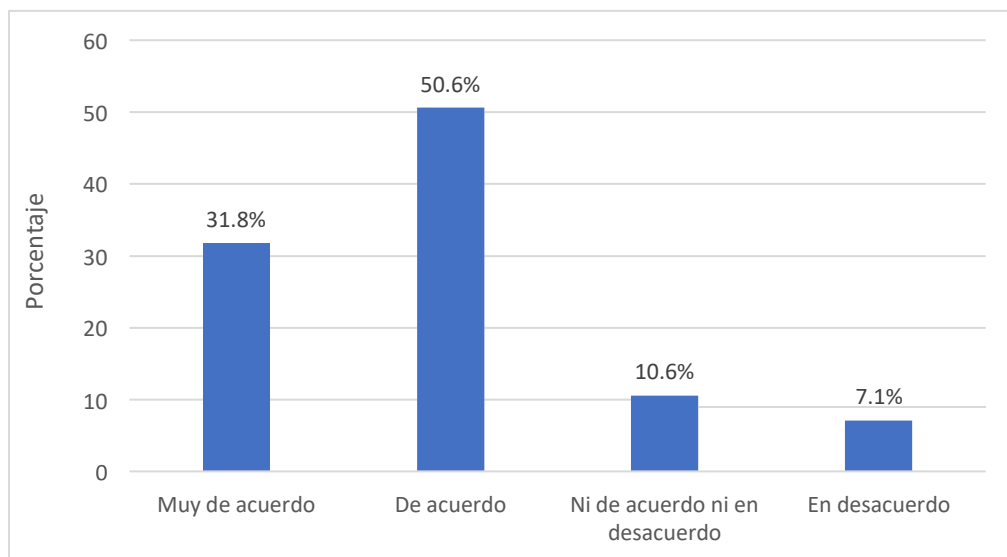
Tabla 29

¿Cree que las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	27	31,8
De acuerdo	43	50,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	10,6
En desacuerdo	6	7,1
Total	85	100,0

Figura 22

¿Cree que las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo?



Interpretación:

En la tabla 29 y figura 22, se puede observar que, la mayoría de los televidentes, el 50,6% está de acuerdo en afirmar que las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo que se presente. Mientras que el 31,8% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 10,6% no está de acuerdo ni en desacuerdo con dicha afirmación. Finalmente, el 7,1% está en desacuerdo.

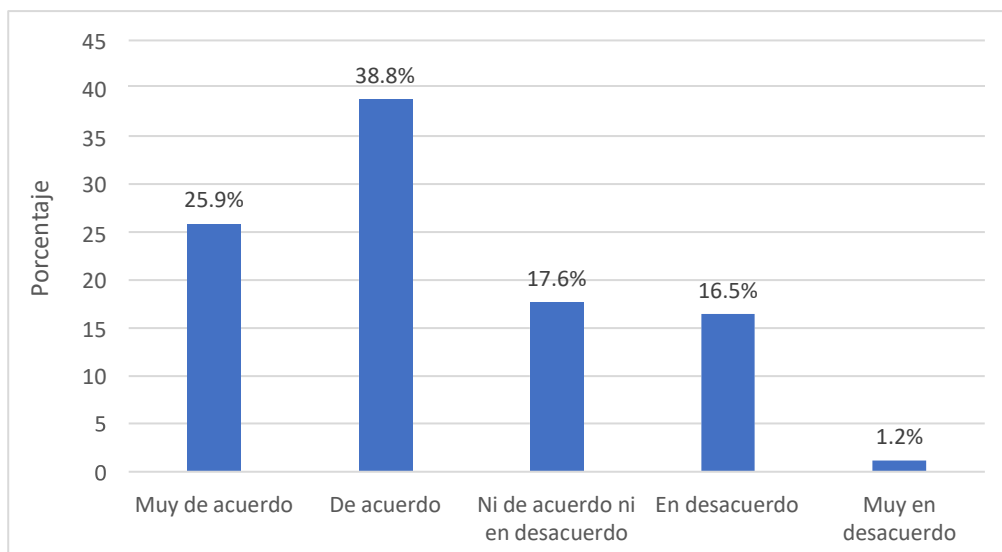
Tabla 30

¿Considera que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	22	25,9
De acuerdo	33	38,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	17,6
En desacuerdo	14	16,5
Muy en desacuerdo	1	1,2
Total	85	100,0

Figura 23

¿Considera que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos?



Interpretación:

En la tabla 30 y figura 23. se puede determinar que, el 38,8% de los televidentes encuestados está de acuerdo en considerar que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos. Mientras que el 25,9% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 17,6% no está de acuerdo ni en desacuerdo con la consideración. Asimismo, el 16,5% está en desacuerdo y finalmente, el 1,2% está muy en desacuerdo.

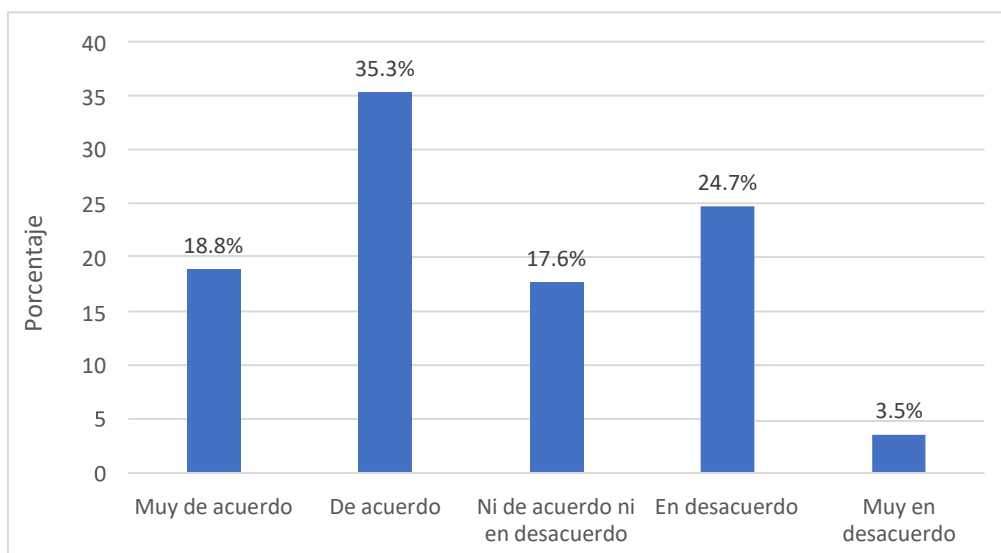
Tabla 31

¿Las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	16	18,8
De acuerdo	30	35,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	17,6
En desacuerdo	21	24,7
Muy en desacuerdo	3	3,5
Total	85	100,0

Figura 24

¿Las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?



Interpretación:

En la tabla 31 y figura 24, se puede observar que, el 35,3% de los encuestados está de acuerdo en afirmar que las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos. Mientras que el 18,8% está muy de acuerdo. Por otro lado, el 17,6% no está de acuerdo ni en desacuerdo con tal afirmación. Asimismo, el 24,7% está en desacuerdo y finalmente, el 3,5% está muy en desacuerdo.

Presentación de datos cualitativos

Análisis de las entrevistas a periodistas deportivos televisivos

Con la finalidad de conocer las valoraciones de los profesionales en el tema y establecer los posibles condicionantes que limiten la práctica periodística de la mujer en el ámbito deportivo, se realizaron cuatro entrevistas personalizadas a distinguidos periodistas de reconocidos medios deportivos. Robert Malca de TV Perú, Milagros Crisanto de La República, Rosa María Muñoz de DIRECTV y Camila Zapata de Conexión DIRECTV.

Categoría 1: Condicionamiento de género

Para esta categoría se tomaron en cuenta las subcategorías: prejuicios, diferencias según género y discriminación. En ese sentido, si en algo coincidieron los entrevistados fue en que el principal condicionante periodístico que influye en la participación femenina de los programas deportivos es el machismo.

Camila Zapata, periodista y conductora de Conexión DIRECTV, mencionaba que el Perú es un país machista y la mujer todavía sigue luchando por la igualdad de género y por ganarse un lugar en los diversos sectores que participa.

“Como en muchas esferas de la sociedad, el periodismo deportivo se consolidó como un espacio dominado por hombres y donde aún las mujeres representan una élite”, afirmaba.

Categoría 2: Condicionamiento social

La periodista Zapata recordaba una anécdota desagradable de sus inicios en el

canal de Panamericana TV, que la llevó a tomar una decisión importante en su carrera, como respuesta a las subcategorías analizadas: estereotipos sociales, las formas de crianza y la preparación académica.

“Yo pedía reiteradas veces ingresar al área deportiva y la respuesta que finalmente me hizo cambiar de centro laboral fue “que las mujeres no podían trabajar en Tele Deportes porque podían alterar a los hombres y generar conflicto si alguno de los periodistas, productores o asistentes se enamoraban de ellas, y preferían no asumir el riesgo porque ya había pasado algo similar”.

Además, destacó que muchos de sus compañeros asumían que las mujeres que ingresaban al periodismo deportivo no estaban ahí por conocimiento y capacidad, sino por otras razones. Por lo cual se sorprendían y la felicitaban cuando ella demostraba que “sabía de fútbol y los conceptos necesarios para hablar de ello”.

Cabe resaltar que el fútbol anteriormente estaba prohibido para las mujeres, tanto en Europa como en algunos países de la región, como Brasil, y aunque ahora hay más mujeres incursionando en el medio, todavía se sigue luchando con la igualdad de oportunidades para el sector femenino.

“Históricamente se ha reprimido la participación de mujeres en el fútbol y es una herencia con la que tenemos que convivir en el día a día”, señalaba Zapata.

Categoría 3: Condicionamiento de las fuentes

Para analizar el condicionamiento de las fuentes, se tomaron en cuenta las subcategorías: los medios de comunicación, patrocinadores y área de relaciones públicas. Cabe precisar, que estos permiten que un programa televisivo se lleve a cabo, mediante el apoyo y el contenido que puedan brindar, según detalla Zapata. Sin embargo, para acceder a ello, es necesario ofrecer un programa que cumpla los estándares de calidad y tenga acogida con los televidentes. Según relata la periodista, DIRECTV fue un canal que optó por un proyecto ambicioso al tomar la decisión de apostar por solo mujeres para que comenten partidos de hombres. “Se empieza por ahí, por dar oportunidades”, indicaba.

Para ello, el canal realizó un estricto proceso de selección, a fin de escoger a las

personas más capacitadas para liderar este proyecto y que pueda convencer al espectador y a los patrocinadores que vayan a invertir en ello.

“A nosotras, a Talía, a Rosa y a mí se nos evaluó mucho, el conocimiento que teníamos, el análisis que podíamos hacer. Como sabemos, las mujeres tenemos que demostrar más para seamos tomadas en serio”.

“Son los detalles que se consideran para seleccionarte. El conocimiento que tienes sobre el deporte en general y luego es una dosis de oportunidad y de riesgo también”, agregó.

En ese sentido, su colega Rosa María Muñoz, confía en que, si más canales siguen el ejemplo de DIRECTV y apuestan por la inclusión de periodistas femeninas en la conducción o narración de programas deportivos, “se romperán las barreras de estigmatización que han acorralado a las mujeres por mucho tiempo y solo así se podrá lograr la equidad de género”.

Categoría 4: El techo de cristal

Considerando los indicadores señalados en la dimensión El techo de cristal, los cuales son: la influencia del género, la sociedad y algunos factores externos, algunas periodistas entrevistadas señalaron que presenciaron muestras de sexismo y maltrato hacia su persona. Rosa María Muñoz, afirma que vivió en carne propia el machismo cuando era narradora de partidos de fútbol, debido a que es muy poco común ver a una mujer ocupando ese puesto laboral en el Perú.

“Hay un buen porcentaje en la sociedad que considera que sólo los varones pueden llevar a cabo las transmisiones de este deporte y eso me ha expuesto a todo tipo de insultos y mensajes agresivos que denigran mi trabajo solo por ser mujer”.

Por otro lado, Milagros Crisanto, conductora de Líbero TV y editora de la Sección Deportes de La República con 12 años de experiencia en el medio, mencionó que, si bien es cierto, recibió algunos comentarios negativos por incursionar en el ámbito deportivo, pero estos fueron muy básicos y simples.

“No puedo negar que en algún momento me dijeron: “A ti te dará la entrevista porque eres mujer” o “tú eres mujer, nunca jugaste fútbol de verdad y no sabes cómo es eso”,

pero depende mucho de la personalidad de cada una”.

En esa línea, Crisanto asegura que fueron estos comentarios que la impulsaron a seguir adelante y agradece haber contado con el apoyo de personas que no veían al género como un obstáculo para acceder a mejores oportunidades laborales.

“En algún momento sentí que ya no tenía más techo, pero tuve la suerte de que mis jefes confiaran en mi trabajo, así llegué a cubrir los Juegos Olímpicos Brasil 2016, a la selección nacional en Nueva Zelanda en el repechaje hacia el Mundial Rusia 2018, la Copa América Brasil 2019 y hoy soy editora de la sección”.

Categoría 5: Audiencia selectiva

El rol del espectador o televidente no pasa desapercibido en la selección de conductores o panelistas de programas deportivos televisivos, muy por el contrario, tal como lo narró Camila Zapata, quien tuvo que afrontar la importancia del espectador empoderado.

“Al televidente de Panamericana no le gustaba que una mujer hable de fútbol y eso hacía que los productores se negaran a apostar por una mujer”.

La cantidad del contenido televisivo también representa un factor determinante en la presencia de las féminas en los programas deportivos, ya que, según detalla Zapata, a muchas se las veía como “un personaje florero”, solo por su buena apariencia física.

“Cuando la mujer inició en el periodismo deportivo aparecía como la representación del concepto “personaje florero” o “periodista florero”, lo que significa que solo “adornaba” los noticieros o espacios periodísticos, mas no ejercía un rol protagónico, analítico o determinante”

En esa línea, indicó que la presencia de la mujer solo servía de agrado visual.

“Su figura era la representación de la feminidad que acompañaba al periodista hombre para hacer más ameno el contenido para sus televidentes”

Categoría 6: Desconocimiento de temas futbolísticos

En este aspecto se tomaron en cuenta los indicadores de poca preparación, desinterés e inaccesibilidad, a lo cual, la conductora de Libero TV, Milagros Crisanto,

resalta que, para acceder a buenos puestos de trabajo, es necesario estar bien preparada y seguir aprendiendo. Solo así se evitará que “miren a la mujer por encima del hombro”.

“El argumento de que el fútbol solo puede ser abordado por varones porque ellos lo juegan, hoy se vino abajo porque cada día hay más mujeres que lo practican. Insisto esto se trata de capacidad, no de género”.

Además, afirma que el trabajo del periodista deportivo no es nada fácil y para ello, se estudia.

“Conocer cada deporte, su historia, sus reglas...no es nada sencillo”.

Al igual que muchos otros temas, el futuro de las féminas en el ámbito deportivo todavía es incierto, sin embargo, si la integración de las mujeres en los medios deportivos sigue su rumbo como hasta ahora, no sería utópico pensar que más adelante se podrá llegar a esa equidad que actualmente está ausente.

Camila Zapata afirma que estamos en camino a la igualdad. “Cada vez las mujeres asumimos más roles y mientras eso ocurre seguiremos equiparando la balanza. Es definitivo que se consiga la equidad de género. No me quedan dudas”.

Esta idea es reforzada por su colega, Robert Malca, periodista de TV Perú Deportes, quien comparte la conducción con varios periodistas, incluida una mujer, también se muestra muy optimista con la incorporación de las féminas en el periodismo deportivo.

“Antes había un miedo y desconocimiento, ya que el rubro estaba solo abocado para los hombres, pero para alegría de muchos, y me incluyo, ahora hay más presencia femenina en programas deportivos. No solo en TV, sino también en radio y redes sociales”.

En el ámbito deportivo, el camino por recorrer todavía es largo, pero las primeras pruebas del cambio ya se evidenciaron. A fin de cuentas, tal como asegura Muñoz, “la revolución se está dando en todas partes y Perú no será la excepción”.

Análisis de los programas deportivos televisivos

Además de las entrevistas, se analizaron dos programas deportivos televisivos, de señal abierta, De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV, los cuales son ofrecidos para todo el público que tenga el canal DIRECTV Sports y la peculiaridad de estos programas es que cada uno de ellos cuenta con la conducción de una periodista femenina.

Las 31 fichas de observación y análisis realizadas durante todo el mes de noviembre de 2021 de ambos programas deportivos, permitieron recoger la siguiente información:

Categoría 1: Condicionamiento de género

En el caso del programa De Fútbol Se Habla Así:

Dentro de la subcategoría “prejuicios” y respondiendo al ítem “hay mujeres en la conducción”, se visualiza presencia femenina y el trato entre los conductores es alturado.

Con respecto a las “diferencias según género”, se consideró el ítem “cuenta con panelistas mujeres” y se observó que hay preferencia por el sector masculino en cuanto a cantidad, puesto que son 4 conductores / panelistas, de los cuales, solo 1 es mujer, en el programa De Fútbol Se Habla Así. Cabe resaltar que, en algunas ediciones, solo fueron 4 hombres y no estuvo ninguna mujer presente.

En la subcategoría “discriminación”, se evaluó el ítem “presentan notas o reportajes elaborados por periodistas mujeres” y se percibió que los comentarios de Talía Azcárate, una de las conductoras del programa De Fútbol Se Habla Así, son uno de los más valorados por los detalles precisos que emite al momento de analizar una nota, e incluso, muchas veces, su opinión ha generado que se inicie un debate, en el buen sentido. Mientras que en el caso de los “estereotipos sociales”, se tomó en cuenta el ítem “comentarios machistas de los televidentes” y se observó que, en ocasiones, se ha leído comentarios de algunos televidentes durante la emisión del programa, pero no se han detectado comentarios machistas o estereotipados. Las opiniones de los usuarios iban más dirigidas al mal desenvolvimiento que presentaban ciertos jugadores de fútbol.

Con respecto a “las formas de crianza”, se consideró el ítem “conductores con lenguaje apropiado” y se pudo observar que absolutamente todos los conductores del programa se expresan con un lenguaje alturado. A pesar de que en ocasiones se hayan dejado llevar por su “instinto de hinchas”, lo cual ha sido motivo de bromas entre los presentadores. Asimismo, en la subcategoría “preparación académica”, se consideró el

ítem “conductores especializados en deportes” y se observó que todos los conductores que tienen su lugar fijo en el programa, son periodistas con una gran trayectoria en el ámbito deportivo. De hecho, Talía Azcárate, además de ser periodista deportiva, fue futbolista. Por otro lado, en el caso de los panelistas del programa, a veces se incluye a alguien que tenga conocimientos sobre el tema, mas no es periodista profesional necesariamente. Pese a ello, se evidencia la preparación y la amplitud de conocimiento que tienen con respecto a los aspectos deportivos, en este caso, sobre fútbol.

Sobre las subcategorías “los medios de comunicación” y “patrocinadores”, se consideraron los ítems “presentan notas exclusivas del medio” y “anuncio continuo de patrocinadores o auspiciadores”, respectivamente, y se pudo detectar que, la presentación de las notas es realizada con material exclusivo del programa. Han sido muy pocas ocasiones en las que han otorgado los créditos a algún otro medio o un club de fútbol. Este programa sí cuenta con patrocinadores, a diferencia del otro (Conexión DIRECTV), por lo cual en algunas oportunidades han agradecido a sus auspiciadores. Mientras que en el caso del “área de relaciones públicas”, se evaluó el ítem “notas con créditos de algún club de fútbol” y se percibió que, en una de las ediciones del programa, había cercanía del canal con un club de fútbol en específico, ya que recibieron material exclusivo de dicho club y destacaron puntos favorables de ese club.

Siguiendo con la variable 2, para la subcategoría “influencia de género”, se consideró el ítem “valoración de la opinión de la conductora o reportera mujer”, en donde se percibió compañerismo y respeto hacia los comentarios que emitía la periodista Talía Azcárate. Sin embargo, no ocurre lo mismo con los televidentes. Para la subcategoría “influencia de la sociedad”, se tomó en cuenta el ítem “uso de un lenguaje prejuicioso o estereotipado”, en donde se comprobó que los comentarios de los usuarios que ven el canal, no son leídos en el transcurso del programa, pero si se aprecia la participación de los televidentes en el canal de Youtube. En esa plataforma se sube la repetición del programa y se puede verificar algunos mensajes negativos hacia Talía Azcárate, quien en una ocasión hizo una apreciación sobre un equipo de fútbol y fue duramente criticada por el público. Los principales comentarios hacían referencia a su género, lo cual, según los usuarios, “era la causa de su opinión desatinada”.

Con respecto a los “factores externos”, el ítem evaluado fue “maltrato hacia la periodista mujer”, el cual no se detectó en las emisiones del programa. Muy por el

contrario, se observa una muy buena relación laboral entre todos los conductores del programa. Mientras que en la subcategoría “el espectador empoderado”, se tomó en cuenta el ítem “interacción con el televidente durante la emisión del programa” y se observó que los televidentes son tomados en cuenta, pero no es muy frecuente que los conductores interactúen con ellos en tiempo real.

Sobre “la calidad del contenido televisivo”, se analizó el ítem “información relevante” y según los comentarios de los televidentes en el canal de Youtube del programa De Fútbol Se Habla Así, este es uno de los programas deportivos con mayor análisis de los eventos futbolísticos del Perú. Asimismo, el seguimiento realizado, permitió detectar que la información que brindan es muy elaborada, puesto que se emplean muchos gráficos y colores para hacer más comprensible hacia el público televidente y a su vez, se vea estéticamente presentable.

Acerca de “la importancia del aspecto físico”, se tomó en cuenta el ítem “conductoras esbeltas y bien vestidas” y se evidenció que Talía Azcárate es considerada como una periodista de buen aspecto, según los comentarios de los usuarios, por ser esbelta y de estatura alta. Además, se pudo detectar que la periodista siempre se ha vestido de manera elegante y formal en todos los programas emitidos.

En De Fútbol Se Habla Así se apreció que la mujer periodista está correctamente preparada y que esos conocimientos la avalan para ser tomada en cuenta al momento de emitir sus opiniones, puesto que no pasa desapercibida en el programa. Estos fueron los resultados obtenidos en la subcategoría “poca preparación”, considerando el ítem “desconocimiento de temas deportivos”.

Con respecto al “desinterés”, se evaluó el ítem “poca participación de mujeres televidentes” y se concluyó que, en el periodo de seguimiento que se hizo a este programa, no se apreció ningún comentario femenino respecto al programa o a un tema futbolístico. Todos los comentarios eran realizados por varones. Sin embargo, en el caso de la periodista Talía Azcárate, se pudo apreciar que esta participa activamente al momento de debatir algún punto de la nota brindada, por lo cual se descarta que haya desinterés de la fémina periodistas en temas futbolísticos.

Finalmente, en la subcategoría “inaccesibilidad”, se consideró el ítem “buena calidad de las notas informativas” y se detectó que el programa “De Fútbol Se Habla Así” cuenta con bastantes materiales de apoyo que permiten desarrollar la noticia de una forma más detallada. Por lo cual, no se aprecian inconvenientes al momento de acceder a la información periodística deportiva.

En el caso del programa Conexión DIRECTV:

Dentro de la variable 1 no se detectó la subcategoría “prejuicios”, se evaluó el ítem “hay mujeres en la conducción”, en donde se observó que son dos conductores, un hombre y una mujer, quienes presentan las notas de una manera igualitaria.

Con respecto a las “diferencias según género”, se tomó en cuenta el ítem “cuenta con panelistas mujeres” se pudo concluir que no hay diferencias de género en cuanto a la conducción del programa Conexión DIRECTV, ya que la distribución de la presentación de las notas periodísticas deportivas se da equitativamente. Sin embargo, es necesario precisar que este programa tiene dos ediciones por día, en las cuales solo en una de ellas, conduce una mujer junto a un varón. En las otras, es conducido solamente por varones.

En la subcategoría “discriminación”, se consideró el ítem “presentan notas o reportajes elaborados por periodistas mujeres”, en donde se percibió que, el compañero de conducción de Camila Zapata, en algunas ocasiones, ha resaltado sus comentarios atinados en el análisis de ciertos partidos. Sin embargo, en el caso de los “estereotipos sociales”, aunque no se leen comentarios de usuarios, ni se interactúa con ellos durante la emisión del programa, en las redes sociales sí se han apreciado comentarios negativos y estereotipados hacia la conductora Camila Zapata. Algunos de ellos fueron: “Deja de leer y habla” o “no es tan bonita”.

Con respecto a “las formas de crianza”, se tomó en cuenta el ítem “conductores con lenguaje apropiado” y se destaca que los dos conductores del programa muestran educación al momento de emitir sus juicios de opinión, así como se aprecia el respeto que tienen por el trabajo del otro. Asimismo, en la subcategoría “preparación académica”, se evaluó el ítem “conductores especializados en deportes” y se pudo corroborar que ambos conductores tienen una larga trayectoria en el ámbito deportivo. Aunque en sus inicios Camila Zapata no se especializaba en el periodismo deportivo, con el transcurrir de los años fue adentrándose a esa rama. Ahora, se puede apreciar en sus comentarios, el bagaje deportivo con el que cuenta.

Sobre las subcategorías “los medios de comunicación” y “patrocinadores”, se consideraron los ítems “presentan notas exclusivas del medio” y “anuncio continuo de patrocinadores o auspiciadores”, respectivamente, en donde se observó que la mayoría de las notas son elaboradas con material exclusivo del programa. Sin embargo, en algunas ocasiones han contado con el apoyo de otros medios. Además, este noticiero deportivo

no cuenta con patrocinadores, puesto que en el mes de observación que se realizó, no se percibió en ningún momento el anuncio de agradecimiento especial hacia un auspiciador. Por otro lado, en el caso del “área de relaciones públicas”, se analizó el ítem “notas con créditos de algún club de fútbol” y se corroboró que las notas que presentaron eran muchas veces cortesía de algún club de fútbol, o extraídas de sus páginas oficiales. Sin embargo, los comentarios de los conductores eran imparciales.

Siguiendo con la variable 2, se observó que en la subcategoría “influencia de género”, y considerando el ítem “valoración de la opinión de la conductora o reportera mujer”, en el programa Conexión DIRECTV sí se respeta la opinión de la periodista Camila Zapata y se mantiene un lenguaje alturado. Mientras que en la subcategoría “influencia de la sociedad”, tomando en cuenta el ítem “uso de un lenguaje prejuicioso o estereotipado”, y a pesar de que este programa es muy promocionado en las redes sociales de DIRECTV Sports, no tiene un canal oficial para que los televidentes puedan ver la repetición. Por tal motivo, no se percibe la apreciación crítica de los televidentes con respecto a la calidad del programa, teniendo en cuenta que, durante la emisión en vivo, tampoco se leen los comentarios de los usuarios.

Con respecto a los “factores externos”, se analizó el ítem “maltrato hacia la periodista mujer” y se evidenció que la relación entre los conductores del programa es muy buena y que se compenetran muy bien. Mientras que en la subcategoría “el espectador empoderado”, se evaluó el ítem “interacción con el televidente durante la emisión del programa” y se detectó que el espectador solo se manifiesta a través de las redes sociales del programa, mas no mantiene un contacto directo con los conductores cuando el programa está emitiéndose.

Sobre “la calidad del contenido televisivo”, se tomó en cuenta el ítem “información relevante” y se pudo determinar que el programa Conexión DIRECTV presenta un contenido de calidad puesto que las notas emitidas en el programa van acordes a la coyuntura deportiva y la información que dan, lo hacen de manera resumida pero precisa y crítica.

Acerca de “la importancia del aspecto físico”, se evaluó el ítem “conductoras esbeltas y bien vestidas” y se pudo evidenciar que la conductora Camila Zapata es esbelta y posee un buen aspecto, según muchos televidentes, al vestirse de manera recatada y formal. Asimismo, el seguimiento realizado permitió detectar que la periodista tiene las mismas capacidades, con respecto a preparación periodística, que su colega. Por ello es

que está a cargo de la conducción de dicho programa y sus comentarios son considerados oportunos. Estos fueron los resultados obtenidos en la subcategoría “poca preparación”, considerando el ítem “desconocimiento de temas deportivos”.

Con respecto al “desinterés”, se analizó el ítem “poca participación de mujeres televidente” y se concluyó que, en el caso de Zapata, su desenvolvimiento en su programa permitió determinar que ella muestra mucho interés y pasión al momento de opinar sobre un tema deportivo. Por otro lado, en el caso de los usuarios seguidores de las redes sociales del programa, no se evidencia participación o interés de féminas por estos temas deportivos, sobre todo en el caso del fútbol.

Finalmente, en la subcategoría “inaccesibilidad”, se evaluó el ítem “buena calidad de las notas informativas” y se detectó que Conexión DIRECTV se apoya mucho en sus fuentes, pero también tiene material propio, por lo que se determina que no presentan inconvenientes al momento de obtener información del ámbito deportivo.

4.2 Contrastación de hipótesis

Para llevar a cabo la contrastación de hipótesis, formulamos las hipótesis estadísticas:

Hipótesis general:

H1: Los condicionantes periodísticos influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos

H0: Los condicionantes periodísticos no influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos

Tabla 32

Tabla de contrastación de la hipótesis general en prueba de Chi-Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	58,561 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	36,965	9	,000
Asociación lineal por lineal	26,714	1	,000
N de casos válidos	90		

a. 11 casillas (68,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,03.

Interpretación:

Debido a que el valor de sig. (valor crítico observado) $0,000 < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, los condicionamientos de género sí influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos.

Tabla 33

Tabla cruzada de la variable 1 “Condicionamientos periodísticos” y la variable 2 “Participación femenina en los programas deportivos”

		PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS				Total	
		Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo		
CONDICIONANTE S PERIODÍSTICOS	Muy de acuerdo	Recuento	2	0	0	0	2
		Recuento esperado	,1	1,3	,6	,0	2,0
		% del total	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%
	De acuerdo	Recuento	2	47	8	0	57
		Recuento esperado	2,5	37,4	16,5	,6	57,0
		% del total	2,2%	52,2%	8,9%	0,0%	63,3 %
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	12	18	0	30
		Recuento esperado	1,3	19,7	8,7	,3	30,0
		% del total	0,0%	13,3%	20,0%	0,0%	33,3 %
	En desacuerdo	Recuento	0	0	0	1	1
		Recuento esperado	,0	,7	,3	,0	1,0
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	1,1%
Total	Recuento	4	59	26	1	90	
	Recuento esperado	4,0	59,0	26,0	1,0	90,0	
	% del total	4,4%	65,6%	28,9%	1,1%	100,0 %	

Hipótesis específica 1:

H1: Los condicionamientos de género influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos

H0: Los condicionamientos de género influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos

Tabla 34

Tabla de contrastación de la hipótesis específica 1 en prueba de Chi-Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	58,561 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	36,965	9	,000
Asociación lineal por lineal	26,714	1	,000
N de casos válidos	90		

a. 11 casillas (68,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,03.

Interpretación:

Debido a que el valor de sig. (valor crítico observado) $0,000 < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, los condicionamientos de género sí influyen significativamente con la participación femenina en los programas deportivos televisivos.

Tabla 35

Tabla cruzada de la dimensión “Condicionamiento de género” y la variable 2 “Participación femenina en los programas deportivos”

		PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS				Total	
		Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo		
Condicionamiento de género	Muy de acuerdo	Recuento	3	12	0	0	15
		Recuento esperado	,7	9,8	4,3	,2	15,0
		% del total	3,3%	13,3%	0,0%	0,0%	16,7%
	De acuerdo	Recuento	1	34	8	0	43

	Recuento	1,9	28,2	12,4	,5	43,0
	esperado					
	% del total	1,1%	37,8%	8,9%	0,0%	47,8%
Ni de acuerdo ni	Recuento	0	12	17	0	29
en desacuerdo	Recuento	1,3	19,0	8,4	,3	29,0
	esperado					
	% del total	0,0%	13,3%	18,9%	0,0%	32,2%
En desacuerdo	Recuento	0	1	1	1	3
	Recuento	,1	2,0	,9	,0	3,0
	esperado					
	% del total	0,0%	1,1%	1,1%	1,1%	3,3%
Total	Recuento	4	59	26	1	90
	Recuento	4,0	59,0	26,0	1,0	90,0
	esperado					
	% del total	4,4%	65,6%	28,9%	1,1%	100,0%

Hipótesis específica 2:

H1: Los condicionamientos sociales influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos

H0: Los condicionamientos sociales no influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos

Tabla 36

Tabla de contrastación de la hipótesis específica 2 en prueba de Chi-Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25,170 ^a	9	,003
Razón de verosimilitud	14,443	9	,107
Asociación lineal por lineal	8,287	1	,004
N de casos válidos	90		

a. 12 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.

Interpretación:

Debido a que el valor de sig. (valor crítico observado) $0,003 < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, los condicionamientos sociales sí influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos.

Tabla 37

*Tabla cruzada de la dimensión “Condicionamiento social” y la variable 2
“Participación femenina en los programas deportivos”*

		Condicionamiento social				Total	
		Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo		
PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS	Muy de acuerdo	Recuento	2	1	1	0	4
		Recuento esperado	,2	1,6	2,0	,2	4,0
		% del total	2,2%	1,1%	1,1%	0,0%	4,4%
	De acuerdo	Recuento	2	27	27	3	59
		Recuento esperado	2,6	22,9	30,2	3,3	59,0
		% del total	2,2%	30,0%	30,0%	3,3%	65,6%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	7	17	2	26
		Recuento esperado	1,2	10,1	13,3	1,4	26,0
		% del total	0,0%	7,8%	18,9%	2,2%	28,9%
	En desacuerdo	Recuento	0	0	1	0	1
		Recuento esperado	,0	,4	,5	,1	1,0
		% del total	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	1,1%
Total	Recuento	4	35	46	5	90	
	Recuento esperado	4,0	35,0	46,0	5,0	90,0	
	% del total	4,4%	38,9%	51,1%	5,6%	100,0 %	

Hipótesis específica 3:

H1: Los condicionamientos de las fuentes influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos

H0: Los condicionamientos de las fuentes no influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos

Tabla 38

Tabla de contrastación de la hipótesis específica 3 en prueba de Chi-Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	115,408 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	29,853	9	,000
Asociación lineal por lineal	18,343	1	,000
N de casos válidos	90		

a. 11 casillas (68,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Interpretación:

Debido a que el valor de sig. (valor crítico observado) $0,000 < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, los condicionamientos de las fuentes sí influyen significativamente en la participación femenina en los programas deportivos televisivos.

Tabla 39

Tabla cruzada de la dimensión “Condicionamiento de las fuentes” y la variable 2
 “Participación femenina en los programas deportivos”

		PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS					Total
		Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo		
Condicionamiento de las fuentes	Muy de acuerdo	Recuento	3	6	0	0	9
		Recuento esperado	,4	5,9	2,6	,1	9,0
		% del total	3,3%	6,7%	0,0%	0,0%	10,0%
	De acuerdo	Recuento	1	41	15	0	57
		Recuento esperado	2,5	37,4	16,5	,6	57,0
		% del total	1,1%	45,6%	16,7%	0,0%	63,3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	12	11	0	23
		Recuento esperado	1,0	15,1	6,6	,3	23,0
		% del total	0,0%	13,3%	12,2%	0,0%	25,6%
	En desacuerdo	Recuento	0	0	0	1	1
		Recuento esperado	,0	,7	,3	,0	1,0
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	1,1%
	Total	Recuento	4	59	26	1	90
		Recuento esperado	4,0	59,0	26,0	1,0	90,0
		% del total	4,4%	65,6%	28,9%	1,1%	100,0%

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

En el estudio realizado por Barboza (2016) sobre la participación de la mujer al momento de cubrir eventos futbolísticos en el Perú, la autora logra identificar que en la cobertura de fútbol profesional existe poca presencia de mujeres periodistas y a su vez, las féminas que participan de ello, reciben comentarios estereotipados y prejuiciosos por parte del público consumidor

Esta idea coincidiría con los resultados obtenidos en el presente estudio, en donde se detectó que existen condicionantes periodísticos, como el machismo y los estereotipos sociales, que han dificultado el paso de las mujeres por el área del periodismo deportivo. Por tal motivo, se podría afirmar que la investigación hecha por Barboza respalda el objetivo general planteado en este trabajo, el cual es “identificar los condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos”

Siguiendo esa línea, en la tesis elaborada por Moreno, J. (2010), La inserción de la mujer en el periodismo deportivo. Acciones para incentivarlo en la sociedad ecuatoriana actual, el autor llegó a la conclusión de que los principales problemas que enfrentan las féminas del periodismo deportivo son: la desigualdad de oportunidades de empleo, falta de oportunidades en los medios, la existencia de estereotipos y la falta de preparación en la profesión en un trabajo que no es considerado para mujeres. Es así que esta investigación logra resolver uno de los objetivos específicos planteados que es “describir los condicionamientos de género de la participación femenina en los programas deportivos televisivos”

De igual manera, en este trabajo de investigación se pudo detectar que, si bien es cierto, en el canal de DIRECTV se está empezando a apostar por las mujeres en el periodismo deportivo, todavía persiste la desigualdad de oportunidades en los otros programas televisivos de deportes, en perjuicio de las mujeres, lo cual es influenciado, en gran medida, por los estereotipos y prejuicios existentes en la sociedad. Es así que, como ambas conclusiones se asemejan, se afirma que la investigación de Moreno estaría

respaldando los resultados del presente estudio, así como el objetivo específico de “describir los condicionamientos sociales de la participación femenina en los programas deportivos televisivos”

Estas posturas son avaladas por Vidal, M. (2016) en su tesis *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española*. As y Marca, quien al final de su investigación evidencia que la vocación de las periodistas entrevistadas fue lo que las motivó e impulsó a ejercer su carrera, pese a las dificultades. Si bien es cierto, dicho trabajo fue realizado y basado en España, sin embargo, cabe resaltar que existen muchas similitudes con la situación peruana.

Un ejemplo de ello es que las periodistas peruanas que fueron entrevistadas para este trabajo, como Rosa María Muñoz, Milagros Crisanto y Camila Zapata, también aseguraron sin lugar a dudas, que su fascinación por relacionarse con los temas deportivos es lo que las mantuvo firmes en su decisión de adentrarse en este rubro del periodismo.

Asimismo, otra similitud encontrada con el trabajo de Vidal es que, aunque el número de mujeres periodistas deportivas ha aumentado considerablemente en España estos últimos años, tal como lo demuestra dicho autor, las mujeres todavía tienen una baja representación en algunos espacios. Lo mismo ocurre en los programas deportivos peruanos. Este trabajo pudo demostrar que el número de mujeres que participan en estos programas, es inferior al de los varones, prueba de ello es el análisis que se hizo del programa *De Fútbol Se Habla Así*, en donde hay cuatro conductores, pero solo una mujer entre ellos.

Finalmente, tomando como referencia a Fumero (2015) y su trabajo, *Periodismo deportivo*. El papel secundario de la mujer periodista, el autor afirmaba que aún muchas mujeres periodistas tienen que lidiar con situaciones desfavorables debido a su género. Un ejemplo de ello es su vinculación con el estereotipo de belleza, frente a su labor periodística, lo cual demuestra que aún hay personas que consideran que las mujeres que participan en los programas deportivos, no se encuentran ahí precisamente por su capacidad. Esta afirmación coincide con los resultados de este trabajo de investigación, puesto que también se demostró, a través de la encuesta realizada, que para el 67,8% de los jóvenes consultados, las féminas tienen un puesto en estos programas de deportes solo por contar con una bonita apariencia.

Por otro lado, dicho estudio señala que algunos programas deportivos muchas condicionan al momento de seleccionar a las mujeres féminas, sobre todo considerando sus intereses, los cuales están ligados mayormente a los auspiciadores y clientes. Es así que responde a uno de los objetivos específicos planteados que es “describir los condicionamientos de las fuentes de la participación femenina en los programas deportivos televisivos.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

En base a las investigaciones llevadas a cabo a lo largo del presente trabajo y tras haber comprobado e interpretado los resultados recogidos, se pudo llegar a las siguientes conclusiones, las cuales responden a los objetivos previamente planteados:

1. Según los programas analizados, se evidenció que las mujeres representan la minoría en el ejercicio del periodismo deportivo televisivo debido a los condicionantes periodísticos que limitaron su participación en el desarrollo de esta profesión. Entre ellos se encuentra el machismo, el cual es el más predominante.

2. Los condicionamientos de género todavía persisten en los programas deportivos televisivos, sin embargo, han ido decayendo con el paso del tiempo. Un claro ejemplo de ello es que actualmente existe mayor presencia de las mujeres en estos programas, a comparación de años anteriores.

Otro punto que permite evidenciar que el condicionamiento de género está menguando, es que los periodistas varones han aceptado de buena manera la inserción de las periodistas deportivas en la cobertura de los deportes, sobre todo del fútbol profesional, incluso han destacado la labor que ellas realizan. Tal es el caso del periodista Robert Malca, quien ha trabajado en alguna oportunidad con periodistas féminas y mantiene un buen concepto de ellas.

“Creo que lo hacen muy bien, te digo un ejemplo muy claro: Rosa María Muñoz que se convirtió en la primera mujer en relatar un partido de fútbol en la Liga 1, estuvo en uno de los programas que tenemos en redes sociales y se desempeña de una forma espectacular y sé que llegará muy lejos”.

3. Los condicionamientos sociales también han influido en gran manera con respecto a la presencia de las mujeres en el periodismo deportivo. Las entrevistas y las encuestas elaboradas permitieron determinar que los prejuicios y los estereotipos han estado tan arraigados en la sociedad que han dificultado, y muchas veces,

impedido el paso de las féminas por esta área de trabajo, puesto que anteriormente el fútbol era considerado “un deporte exclusivamente de hombres”, tal como aseguraba el periodista Robert Malca.

4. Con respecto a los condicionamientos de las fuentes, se comprobó que, en la actualidad, los patrocinadores o auspiciadores, tienen presencia en los medios deportivos, mas no condicionan el contenido de la información periodística brindada. En algunos casos como el programa De Fútbol Se Habla Así, se evidenció que el material otorgado por algunos clubes de fútbol, solo amplía la nota periodística presentada, sin alterar o incentivar una postura favorable por parte de los conductores.

Por otro lado, la participación de las féminas no es condicionada por estas fuentes informativas; ya sean clubes de fútbol, patrocinadores u otros; puesto que también tienen acceso a material exclusivo, sin distinción de género.

6.2 Recomendaciones

En base a las conclusiones presentadas anteriormente, se plantean las siguientes recomendaciones:

1. A los productores de televisión de programas deportivos, se les recomienda tener más apertura y brindar más oportunidades a las mujeres que se encuentran interesadas en incursionar en este ámbito del periodismo. Claro está, considerando sus capacidades y conocimientos.
2. Se sugiere delegar coberturas importantes a más periodistas femeninas del ámbito deportivo que se encuentren correctamente preparadas para asumir dicha responsabilidad.
3. Se aconseja a los conductores y productores tomar en cuenta los comentarios de los televidentes durante los programas en vivo, para así no desaprovechar la oportunidad de poder orientar a algunos usuarios a dejar de lado las opiniones machistas y estereotipadas, puesto que parte de la labor del periodista, también es la de educar y concientizar a las personas.

4. Se recomienda a las fuentes periodísticas continuar con la postura imparcial de no tener preferencia por un género en específico al momento de ofrecer datos o alguna información relevante, debido a que esto ayudará a incentivar la igualdad de género y aportará a una sociedad más justa y equitativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Austin, L. (2001): *El techo invisible. ¿Por qué las mujeres ocupamos sólo el 10% de cargos directivos?*. Urano, España. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=63171>

- Ayala, C. (2001). Diez conceptos básicos en torno a los medios de comunicación. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. 84(1), 819-846. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4022566>

- Aznar, H. (2005). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Paidós, España. Recuperado de:
<http://www.revistalatinacs.org/2005aznar02.pdf>

- Balagué, G. (1989). *Mujer y deporte: aspectos psicológicos*. En: VV AA. *Mujery deporte*. Ayuntamiento de Barcelona, España. Recuperado de:
<https://revistas.ucm.es/index.php/FAIS/article/download/FAIS0202110056A/7814>

- Balta, A. (1998). *La presencia de la mujer en el periodismo escrito 1821-1960*. Universidad de San Martín de Porres, Perú. Recuperado de: <http://libros.fcctp.usmp.edu.pe/la-presencia-de-la-mujer-en-el-periodismo-escrito-peruano-1821-1960/>

- Barboza, I. (2016). *El rol de la mujer periodista en la cobertura del fútbol peruano en la prensa de circulación nacional*. Universidad Nacional de San Cristóbal, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/3515>

- Barreda, R. (2009). *Eficacia de la transmisión de la imagen en el patrocinio deportivo: Una aplicación experimental*. [Tesis doctoral, Universitat Jaume I]. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10356/barreda2.pdf>

- Beluche, G., Arroyo, R., Jiménez, R., & Gómez, J. (2018). *Masculinidades en la cultura del fútbol* (1.a ed.). Fundación Justicia y Género. Recuperado de: <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r36476.pdf>
- Brunet, I. y Santamaría, C. (2016). La economía feminista y la división sexual del trabajo. *Culturales*, 4(1). Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912016000100061
- Castilla, A. y Linares, E. (s.a). *El papel de la mujer periodista en el ámbito deportivo*. Universidad de Sevilla, España. Recuperado de: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/26609/tfgperelpapeldelamujer.pdf?sequence=1>
- Cavassa, P. (20). *Análisis del lenguaje periodístico en los portales digitales de los diarios deportivos Depor, Líbero, El Bocón y Todo Sport*. Universidad de Lima, Perú. http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/7133/Cavassa_S%c3%a1nchez_Piero_Carlo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Congreso Internacional Virtual de Educación. (2005, 7 de febrero). *Influencia del Género como Explicación de las Aspiraciones Profesionales Futuras en Alumnos Universitarios*. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/24688/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Criado, E. (2012). *Mujeres sin poder en los medios de comunicación*. Universidad Jaime I, España. Recuperado de: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/117582/TFM_2012_criadoE.pdf?sequence=1

- Delgado, I. (s. f.). *Medios de comunicación. Significados*.
<https://www.significados.com/medios-de-comunicacion/>

- De Fleur, M. y Ball-Rockeach, S.J. (1993). *Teorías de la Comunicación de Masas*. Paidós, España. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6136618>

- Díaz, M. (2013). *Cómo ser mujer y periodista en Huelva*. Asociación de la prensa de Huelva, España. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=514850>

- Fumero, S. (2015). *Periodismo deportivo. El papel secundario de la mujer periodista*. Universidad de La Laguna, España. Recuperado de:
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/3578/%C2%BFPERIODISMO+DEPORTIVO.+EL+PAPEL+SECUNDARIO+DE+LA+MUJER+PERIODISTA%C2%BF.pdf?sequence=1>

- Gallego, J. (2001). *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Los libros de la Frontera, España. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=241772>

- García, E. (2017). *La presencia de la mujer en el periodismo deportivo*. Cataluña: Universitat Oberta de Catalunya, España. Recuperado de:
<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/65945/6/egarciagomezTFG0617memoria.pdf>

- García, I. (2007). *Nosotras que contamos. Mujeres periodistas en España*. PlazaJanés, España. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=392805>

- González, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc)*, 12. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=158/15801212>

- Kantar Media Research Perú. (2016). *Estudio de lectoría de diarios en Lima*. Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública, Perú. Recuperado de:
https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/LectoriaDiarios_2016.pdf

- Lorda, A. y Piccardo, B. (2016). *Posición fuera de juego: las voces, los cuerpos y los espacios de las mujeres en el campo del periodismo deportivo* [Tesis de Grado, Universidad de Buenos Aires]. Repositorio de la Universidad de Buenos Aires
<http://repositorio.sociales.uba.ar/items/show/1902>

- Lorenzo, M. (2019). *Las mujeres y las dos caras del periodismo deportivo*. Mayo, de Agencia Comunicación y Género. Recuperado de: <https://www.comunicacionygenero.com/las-mujeres-y-las-dos-caras-del-periodismo-deportivo/>

- Loscertales, F. y Núñez, T. (2007). *La mirada de las mujeres en la sociedad de la información*. Siranda Editorial, España. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books/about/La_mirada_de_las_mujeres_en_la_sociedad_de_la_informacion?id=Yjk8IN4wqHAC&redir_esc=y

- Loscertales, F. y Núñez, T. (2008). *Los medios de comunicación con mirada de género*. Instituto Andaluz de la Mujer, España. Recuperado de:
<http://www.juntadeandalucia.es/iam/catalogo/doc/iam/2008/14125583.pdf>

- Morales, F. (2012). *La información deportiva incompleta y limitada de*

los diarios especializados Los casos de El Bocón, Líbero y Todo Sport. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.

Recuperado de:

https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/397/Morales_rf.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Morales, L. (2017). *Banalización en el periodismo deportivo en el Perú: responsabilidad e influencia de los centros de formación para periodistas.*

Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

Recuperado de:

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9603/MORALES_G_UEVARA_BANALIZACION_EN_PERIODISMO_DEPORTIVO_EN_EL_PERU.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Moreno, J. (2010). *La inserción de la mujer en el periodismo deportivo. Acciones para incentivarlo en la sociedad ecuatoriana actual.* Universidad Técnica de Cotopaxi. Ecuador. Recuperado de:

<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/133/1/T-UTC-0057.pdf>

- Munduate, L. (2003). Género y liderazgo. Diferencias entre hombres y mujeres en el acceso a puestos directivos. *Revista de psicología social*, 3(18).

Recuperado

de:

[http://alfama.sim.ucm.es/wwwisis2/wwwisis.exe/\[in=psylink.in\]/?mfn=012935&campo=v300&occ=1](http://alfama.sim.ucm.es/wwwisis2/wwwisis.exe/[in=psylink.in]/?mfn=012935&campo=v300&occ=1)

- Ontaneda, S, Sandoya, T. y Sánchez, H. (2020). *La mujer como periodista especializada en deporte. Caso provincia de Loja, Ecuador* [Universidad Nacional de Loja]. Repositorio de la Universidad Nacional de Loja

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/6067/5433>

- Pahuacho, (2018). Aproximación a los estudios sobre fútbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión. *Revista de Comunicación*, 17(1). Recuperado de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-09332018000100007

- Prevert, A., Navarro, O. y Bogalska-Martin, E. (2012). La discriminación social desde una perspectiva psicosociológica. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia*, 4(1).

- Quiroga, S. (2000). Democracia, Comunicación, Cultura popular y Deporte. *Revista Digital Lecturas: Educación Física y Deporte*, 25(266). Recuperado de: <https://www.efdeportes.com/efdeportes/index.php/EFDeportes/issue/view/33>

- Quiroga, S. (2000). Deporte, medios y periodismo. *EF Deportes*, 26. Recuperado de: <https://www.academica.org/sergio.ricardo.quiroga/8.pdf>

- Ramón, X., Gómez-Colell, E., Maz, M. F., & Bravo, P. M. (2020). Las mujeres como outsiders en el periodismo deportivo: percepción de las estudiantes y personas expertas. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(3), 1183-1194. <https://doi.org/10.5209/esmp.64526>

- Rivas, R. (2021). *Experiencias, funciones y desafíos en el rol profesional de mujeres del periodismo deportivo en la ciudad de Lima, 2020* [Título Profesional, Universidad Peruana Unión]. Repositorio de la Universidad Peruana Unión https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4715/Rut_Tesis_Licenciatura_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Robles, P. y Rojas, M. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada*, 18.

- Rojas, J. (2012). *Periodismo deportivo de calidad. Reflexiones sobre el consumodel deporte en los medios de comunicación*. Perú. Recuperado de:
<http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com/2012/02/reflexiones-sobre-el-consumo-del.html>

- Rojas, J. (2015). *Periodismo deportivo de calidad. La presencia y el tratamiento de las mujeres en el periodismo deportivo: estudios y propuestas de mejora*. Universidad Carlos III de Madrid, España. Recuperado de:
<http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com.es/2015/03/la-presencia-y-el-tratamiento-de-las.html>

- Rojas, M. (2015, 16 de octubre). *Felicidad y estilos de crianza parental*. Centro de Estudios Espinosa Yglesias. <https://ceey.org.mx/wp-content/uploads/2018/06/16-Rojas-2015.pdf>

- Rosales, R. (2018). *Tecnología de Género, Masculinidades y Fútbol en la Organización de Ex Alumnos de la Promoción 1993 del Colegio Nuestra Señora de la Merced de Lima, Ate Vitarte*. [Magíster, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12902/ROSALES%20LE%C3%93N,%20RA%C3%9AL%20TECNOLOGIA%20GENERO.pdf?sequence=1>

- Rovetto, F. (2010). Apuntes sobre la representación de las mujeres en la prensa de actualidad. *Cuadernos de información*, 2(27). Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3384508.pdf>

- Sainz de Baranda, C. (2013). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación: estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*. España. Recuperado de: <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/16505>

- Salinas, C. (2015). *Prensa y Fútbol en el Perú*. Lima: Universidad de San Martín de Porres. Recuperado de: <https://www.usmp.edu.pe/index.php?pag=novedades&sec=nov718>
- Ufarte, M. (2012). *Las mujeres periodistas en los puestos de dirección: el techo de cristal en la prensa escrita*. Universidad de Sevilla, España. Recuperado de: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/38273/Pages%20from%20LIBRO%20ACTA%20I%20CONGRESO%20COMUNICACION%20Y%20G%20NERO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Unesco. (2014). *Indicadores de Género para Medios de Comunicación: Marco de indicadores para evaluar la sensibilidad en materia de género en las operaciones y contenidos mediáticos*. UNESCO Publishing. Recuperado de: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000231069>
- Ungaretti, J., Müller, M. y Etchezahar, E. (2016). El estudio psicológico del prejuicio: Aportes del autoritarismo y la dominancia social. *Rev. Int. Investig. Cienc. Soc.* 12(1), 75-86.
- Vidal, M. (2017). *El papel de la mujer periodista en la prensa deportiva española. As y Marca*. Universidad de Valladolid, España. Recuperado de: http://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/25045/TFG_F_2017_48.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Wirth, L. (2002). *Romper el techo de cristal. Las mujeres en puestos de dirección*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, España. Recuperado de: <http://www.igualdadnlaempresa.es/enlaces/webgrafia/docs/romper-el-techo-de-cristal-2004.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

1. Matriz de consistencia

Tabla 40

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
<p>Problema General:</p> <p>¿Cuáles son los condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Identificar los condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>Existen condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos</p>	<p>VI: Factores periodísticos determinantes</p> <p>VD: Participación femenina en los programas deportivos</p> <p>UA: Programas deportivos De Fútbol se habla Así y Conexión DIRECTV. Periodistas deportivos</p>	<p>De la Variable Independiente:</p> <p>- Condicionamiento de género</p> <p>- Condicionamiento social</p> <p>- Condicionamiento de las fuentes</p>	<p>A.- MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</p> <p>Tipo: Mixta, explicativa y descriptiva</p> <p>Nivel: Descriptiva</p> <p>Diseño: No experimental. Etnográfico y hermenéutico.</p> <p>B.- POBLACION Y MUESTRA:</p> <p>Población:</p> <p>- Los programas deportivos televisivos: De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV.</p> <p>- Cuatro periodistas deportivos: Camila</p>

<p>Problemas Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuáles son los condicionamientos de género de la participación femenina en los programas deportivos televisivos - ¿Cuáles son los condicionamientos sociales de la participación femenina en los programas deportivos televisivos - ¿Cuáles son los condicionamientos de las fuentes de la participación femenina en los programas deportivos televisivos 	<p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir los condicionamientos de género de la participación femenina en los programas deportivos televisivos - Describir los condicionamientos sociales de la participación femenina en los programas deportivos televisivos - Describir los condicionamientos de las fuentes de la participación femenina en los programas deportivos televisivos 	<p>Hipótesis Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Existen condicionamientos de género de la participación femenina en los programas deportivos televisivos - Existen condicionamientos sociales de la participación femenina en los programas deportivos televisivos - Existen condicionamientos de las fuentes de la participación femenina en los programas deportivos televisivos 		<p>De la Variable Dependiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El techo de cristal - La audiencia selectiva - Desconocimiento de temas futbolísticos 	<p>Zapata, Milagros Crisanto, Rosa María Muñoz y Robert Malca.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 85 jóvenes televidentes entre 13 y 35 años. <p>Muestra: Es la misma que la población, debido a que es pequeña.</p> <p>C. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:</p> <p>Técnica: Entrevista, observación y encuesta.</p> <p>Instrumento: Guía de entrevista (con preguntas abiertas), guía de observación y cuestionario (escala de Likert).</p> <p>D.- PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS:</p> <p>Mediante el programa estadístico Excel y el software IBM SPSS versión 22 para Windows.</p> <p>Mediante el programa Microsoft Word para las entrevistas escritas y el programa Zoom para la entrevista virtual</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Matriz de operacionalización

Tabla 41

Matriz de operacionalización de variables (cuantitativo)

VARIABLE 1: CONDICIONANTES PERIODÍSTICOS				
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	ÍNDICE
Condicionamiento de género	Prejuicios	1. A su parecer ¿en la televisión peruana predominan prejuicios negativos?	Escala de Likert	
	Diferencias según género	2. ¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?		
	Discriminación	3. ¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?		
Condicionamiento social	Estereotipos sociales	4. A su criterio, ¿los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?	Ni de acuerdo ni desacuerdo	3
	Formas de crianza	5. Según su punto de vista, ¿la forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?	En desacuerdo	2
	Preparación académica	6. ¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?	Muy en desacuerdo	1

		7. ¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que SÍ lo hizo?		
Condicionamiento de las fuentes	Los medios de comunicación	8. En su opinión, ¿los temas deportivos son más difundidos por la televisión, que por los medios escritos o radiales?		
	Patrocinadores	9. A su parecer, ¿el contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener?		
	Área de relaciones públicas	10. ¿Considera que existen alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol?		

VARIABLE 2: PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	ÍNDICE
El techo de cristal	Influencia del género	11. ¿Cree que el factor ‘género’ es determinante para acceder a algunos puestos de trabajo?	Escala de Likert	5
		12. ¿Percibe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos?		
	Influencia de la sociedad	13. Según su criterio, ¿la sociedad influye en la elección de los conductores o comentaristas de los programas deportivos televisivos?	De acuerdo	4

	Factores externos	14. A su parecer, ¿los factores externos como: el poder o intereses personales influyen en la elección de los conductores o reporteros de TV?	Ni de acuerdo ni desacuerdo	3
La audiencia selectiva	El espectador empoderado	15. ¿Considera que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo en Perú?	En desacuerdo	2
	Calidad del contenido televisivo	16. ¿Cree que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así, brinda un contenido de calidad?	Totalmente en desacuerdo	1
		17. ¿Usted considera que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad?		
	Importancia del aspecto físico de los conductores de TV	18. Según su percepción, ¿los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico?		
Desconocimiento de temas futbolísticos	Poca preparación	19. Según su punto de vista, ¿las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo?		
	Desinterés	20. ¿Considera que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos (fútbol)?		
	Inaccesibilidad	21. A su parecer, ¿las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?		

Tabla 42*Matriz de Operacionalización de las variables (cualitativo)*

VARIABLE 1: CONDICIONANTES PERIODÍSTICOS						
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ÍTEM	SI	NO	NO APLICA	OBSERVACIÓN / CONCLUSIÓN
Condicionamiento de género	Prejuicios	Hay mujeres en la conducción				
	Diferencias según género	Cuenta con panelistas mujeres				
	Discriminación	Presentan notas o reportajes elaborados por periodistas mujeres				
Condicionamiento social	Estereotipos sociales	Comentarios machistas de televidentes				
	Formas de crianza	Conductores con lenguaje apropiado				
	Preparación académica	Conductores especializados en deportes				
Condicionamiento de las fuentes	Los medios de comunicación	Presentan notas exclusivas del medio				
	Patrocinadores	Anuncio continuo de patrocinadores o auspiciadores				
	Área de relaciones públicas	Notas con créditos de algún club de fútbol				

VARIABLE 2: PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS						
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ÍTEM	SI	NO	NO APLICA	OBSERVACIÓN / CONCLUSIÓN
El techo de cristal	Influencia del género	Valoración de la opinión de la conductora o reportera mujer				
	Influencia de la sociedad	Uso de un lenguaje prejuicioso o estereotipado				
	Factores externos	Maltrato hacia la reportera mujer				
Audiencia selectiva	El espectador empoderado	Interacción con el televidente durante la emisión del programa				
	Calidad del contenido televisivo	Información relevante				
	Importancia del aspecto físico	Conductoras esbeltas y bien vestidas				
Desconocimiento de temas futbolísticos	Poca preparación	Desconocimiento de temas deportivos				
	Desinterés	Poca participación de mujeres televidentes				
	Inaccesibilidad	Buena calidad de las notas informativas				

Tabla 43

Resultados de la guía de observación de los programas De Fútbol Se Habla Así y Conexión DIRECTV

VARIABLE 1: CONDICIONANTES PERIODÍSTICOS		
Subcategoría	De Fútbol Se Habla Así	Conexión DIRECTV
Prejuicios	No predominan prejuicios en este programa, puesto que el trato entre los conductores es alturado y si se resalta la presencia femenina.	No hay prejuicios en el programa, debido a que los dos conductores, un hombre y una mujer, presentan las notas de una manera igualitaria.
Diferencias según género	Se observa preferencia por el sector masculino en cuanto a cantidad, puesto que son 4 conductores / panelistas, de los cuales, solo 1 es mujer. Cabe resaltar que, en algunas ediciones del programa, solo fueron 4 hombres y no estuvo ninguna mujer presente. Asimismo, hace poco se ha integrado a Talía Azcárate como conductora, puesto que anteriormente, el programa era exclusivamente masculino.	No hay diferencias de género en cuanto a la conducción del programa, ya que la distribución de la presentación de las notas periodísticas deportivas se da equitativamente. Sin embargo, es necesario precisar que este programa tiene dos ediciones por día, en las cuales solo en una de ellas, conduce una mujer junto a un varón. En las otras, es conducido solamente por varones.
Discriminación	No se percibe discriminación hacia la mujer. De hecho, los comentarios de Talía Azcárate son uno de los más valorados por los detalles precisos que emite al momento de analizar una nota, e incluso, muchas veces, su opinión ha generado que se inicie un debate, en el buen sentido.	No se percibe discriminación hacia la conductora del programa. Por el contrario, el compañero de Camila Zapata, en algunas ocasiones, ha resaltado sus comentarios atinados en el análisis de ciertos partidos.

Estereotipos sociales	En ocasiones se ha leído comentarios de algunos televidentes durante la emisión del programa, pero no se han detectado comentarios machistas o estereotipados. Las opiniones de los usuarios iban más dirigidas al mal desenvolvimiento que presentaban ciertos jugadores de fútbol.	No se leen comentarios de usuarios, ni se interactúa con ellos durante la emisión del programa. Sin embargo, en las redes sociales sí se han apreciado comentarios negativos y estereotipados hacia la conductora Camila Zapata. Algunos de ellos fueron: “Deja de leer y habla” o “no es tan bonita”.
Formas de crianza	Absolutamente todos los conductores del programa se expresan con un lenguaje alturado. A pesar de que en ocasiones se hayan dejado llevar por su “instinto de hinchista”, lo cual ha sido motivo de bromas entre los presentadores.	Los dos conductores del programa muestran educación al momento de emitir sus juicios de opinión, así como se aprecia el respeto que tienen por el trabajo del otro.
Preparación académica	Todos los conductores que tienen su lugar fijo en el programa, son periodistas con una gran trayectoria en el ámbito deportivo. De hecho, Talía Azcárate, además de ser periodista deportiva, fue futbolista. Por otro lado, en el caso de los panelistas del programa, a veces se incluye a alguien que tenga conocimientos sobre el tema, mas no es periodista profesional necesariamente. Asimismo, se evidencia la preparación y la amplitud de conocimiento que tienen con respecto a los aspectos deportivos, en este caso, sobre fútbol.	Ambos conductores tienen una larga trayectoria en el ámbito deportivo. Aunque en sus inicios Camila Zapata no se especializaba en el periodismo deportivo, con el transcurrir de los años fue adentrándose a esa rama. Ahora, se puede apreciar en sus comentarios, el bagaje deportivo con el que cuenta.
Los medios de comunicación	La presentación de las notas es realizada con material exclusivo del programa. Han sido muy pocas ocasiones en las que han otorgado los créditos a algún otro medio o un club de fútbol.	La mayoría de las notas son elaboradas con material exclusivo del programa. Sin embargo, en algunas ocasiones han contado con el apoyo de otros medios.

Patrocinadores	<p>Este programa sí cuenta con patrocinadores, a diferencia del otro, por lo cual en algunas oportunidades han agradecido a sus auspiciadores.</p> <p>El encargado de hacer estos anuncios siempre ha sido Óscar del Portal, quien se encarga de iniciar con los saludos del programa y se podría considerar que es el conductor principal.</p>	<p>Este noticiero deportivo no cuenta con patrocinadores, puesto que en el mes de observación que se realizó, no se percibió en ningún momento el anuncio de agradecimiento especial hacia un auspiciador.</p>
Área de relaciones públicas	<p>En una de las ediciones del programa, se percibió la cercanía del canal con un club de fútbol en específico, ya que recibieron material exclusivo de dicho club y destacaron puntos favorables de ese club.</p>	<p>Las notas que presentaron eran muchas veces cortesía de algún club de fútbol, o extraídas de sus páginas oficiales. Sin embargo, los comentarios de los conductores eran imparciales.</p>

VARIABLE 2: PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS

Subcategoría	De Fútbol Se Habla Así	Conexión DIRECTV
Influencia de la sociedad	<p>Los comentarios de los usuarios que ven el canal, no son leídos en el transcurso del programa, pero si se aprecia la participación de los televidentes en el canal de Youtube. En esa plataforma se sube la repetición del programa y se puede verificar algunos mensajes negativos hacia Talía Azcárate, quien en una ocasión hizo una apreciación sobre un equipo de fútbol y fue duramente criticada por el público.</p> <p>Los principales comentarios hacían referencia a su género, lo cual, según los usuarios, “era la causa de su opinión desatinada”.</p>	<p>Si bien es cierto, este programa es muy promocionado en las redes sociales de DIRECTV Sports, sin embargo, no cuenta con un canal oficial para que los televidentes puedan ver la repetición. Por tal motivo, no se percibe la apreciación crítica de los televidentes con respecto a la calidad del programa, teniendo en cuenta que, durante la emisión en vivo, tampoco se leen los comentarios de los usuarios.</p>

Factores externos	No existe maltrato hacia la mujer. Muy por el contrario, se observa una muy buena relación laboral entre todos los conductores del programa.	La relación entre los conductores del programa es muy buena y se compenetran muy bien.
El espectador empoderado	Los televidentes son tomados en cuenta, pero no es muy frecuente que los conductores interactúen con ellos en tiempo real.	El espectador solo se manifiesta a través de las redes sociales del programa, mas no mantiene un contacto directo con los conductores cuando el programa está emitiéndose.
Calidad del contenido televisivo	De Fútbol Se Habla Así es considerado, según los comentarios de los televidentes emitidos en el canal de Youtube, uno de los programas deportivos con mayor análisis de los eventos futbolísticos del Perú. Asimismo, el seguimiento realizado a este programa, permitió detectar que la información que brindan es muy elaborada, puesto que se emplean muchos gráficos y colores para hacer más comprensible hacia el público televidente y a su vez, se vea estéticamente presentable.	Se pudo determinar que Conexión DIRECTV presenta un contenido de calidad puesto que las notas emitidas en el programa van acordes a la coyuntura deportiva y la información que dan, lo hacen de manera resumida pero precisa y crítica.
Importancia del aspecto físico	Talía Azcárate es considerada como una periodista de buen aspecto, según los comentarios de los usuarios, por ser esbelta y de estatura alta. Asimismo, se pudo detectar que la periodista siempre se ha vestido de manera elegante y formal en todos los programas emitidos.	Camila Zapata es esbelta y posee un buen aspecto, según muchos televidentes. Asimismo, el seguimiento realizado permitió detectar que la manera de vestirse de la periodista es recatada y formal.
Poca preparación	En De Fútbol Se Habla Así se evidencia que la mujer periodista está correctamente preparada y que esos conocimientos la avalan para ser tomada en cuenta al momento de emitir sus opiniones, puesto que no pasa desapercibida en el programa.	En Conexión DIRECTV, Camila Zapata demuestra que tiene las mismas capacidades, con respecto a preparación periodística, que su colega. Por ello es que está a cargo de la conducción de dicho programa y sus comentarios son considerados oportunos.

Desinterés	<p>En el caso de Talía Azcárate, se observó que participa activamente al momento de debatir algún punto de la nota periodística, por lo cual se descarta que haya desinterés de la fémina periodistas en temas futbolísticos.</p> <p>Sin embargo, no se puede afirmar lo mismo de los televidentes, puesto que, en el periodo de seguimiento que se hizo a este programa, no se apreció ningún comentario femenino respecto al programa o a un tema futbolístico. Todos los comentarios eran realizados por varones.</p>	<p>En el caso de Camila Zapata, su desenvolvimiento en su programa permitió determinar que ella muestra mucho interés y pasión al momento de opinar sobre un tema deportivo.</p> <p>Por otro lado, en el caso de los usuarios seguidores de las redes sociales del programa, no se evidencia participación o interés de féminas por estos temas deportivos, sobre todo en el caso del fútbol.</p>
Inaccesibilidad	<p>El programa cuenta con bastantes materiales de apoyo que permiten desarrollar la noticia de una forma más detallada. Por lo cual, no se aprecian inconvenientes al momento de acceder a la información periodística deportiva.</p>	<p>Conexión DIRECTV se apoya mucho en sus fuentes, pero también tiene material propio, por lo que se determina que no presentan inconvenientes al momento de obtener información del ámbito deportivo.</p>

Tabla 44

Resultados del cuestionario a la periodista Camila Zapata

**CUESTIONARIO**

“Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a los condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

DATOS GENERALES

1. Nombres y Apellidos: Camila Natalia Zapata Castillo

2. Edad: 25

3. Sexo:

Femenino

Masculino.

4. Ocupación y Centro laboral:

Periodista en Directv Sports

Se solicita contestar las siguientes preguntas con total veracidad.

1. ¿A qué cree que se deba la poca participación femenina en los programas deportivos?

Considero que la explicación tiene una relación directa con lo que ocurre al interior de nuestra sociedad. Vivimos en un país machista donde la mujer aún lucha por conseguir igualdad de género en los diversos sectores en los que participa. Como en muchas esferas de la sociedad, el periodismo deportivo se consolidó como un espacio dominado por hombres y donde aún las mujeres representan una élite.

Asimismo, durante mucho tiempo hemos asociado al deporte con lo masculino y eso ha hecho que las mujeres quedemos relegadas y sumidas en un papel secundario. De hecho, cuando la mujer inició en el periodismo deportivo aparecía como la representación del concepto “personaje florero” o “periodista florero”, lo que significa que solo “adornaba” los noticieros o espacios periodísticos, mas no ejercía un rol protagónico, analítico o determinante. Su figura era la representación de la feminidad que acompañaba al periodista hombre para hacer más ameno el contenido para sus televidentes.

Esta representación es una construcción del significado de mujer bajo una perspectiva machista que hoy estamos logrando eliminar por las oportunidades y espacios a más mujeres para asumir tareas que antes solo eran realizadas por hombres: la narración de partidos, los comentarios, la reportería de cancha y la conducción.

2. Usted como periodista deportivo, ¿ha vivido algún caso de estigmatización

o incomodidad en su área laboral?

Sí. En el primer canal de TV en el que trabajé (Panamericana TV) pedí reiteradas veces ingresar al área deportiva y la respuesta que finalmente me hizo cambiar de centro laboral fue: “que las mujeres no podían trabajar en Tele Deportes porque podían alterar a los hombres y generar conflicto si alguno de los periodistas, productores o asistentes se enamoraban de ellas, que preferían no asumir el riesgo porque ya había pasado algo similar” y además, “que al televidente de Panamericana no le gustaba que una mujer hable de fútbol”.

En otro lugar de trabajo un compañero se acercó a felicitar me porque “sí sabía de fútbol y los conceptos necesarios para hablar de ello”, asumiendo que las mujeres que ingresamos al periodismo deportivo no estamos ahí por conocimiento y capacidad sino por otras razones.

3. ¿Considera que existen estereotipos negativos en el periodismo deportivo?

A las periodistas que trabajamos en este mundo nos asumen como mujeres que no necesariamente sabemos de deportes y que estamos ahí por otras razones.

Muchos hombres del medio se refieren a nosotras de manera despectiva. Se inventan muchas historias donde nos asocian con entrenadores o futbolistas.

Hace poco el fotógrafo de la selección peruana de fútbol, Raúl Sifuentes, publicó en su twitter que le molestaba que algunas periodistas colocaran fotos en bikini y utilizó la palabra “niñas” para referirse. Este mensaje fue repudiado por todas las mujeres del medio las cuales levantamos la voz pues opinamos que somos libres de publicar el contenido que queramos y nadie tiene por qué juzgarlo. A los hombres jamás se les cuestiona estar en ropa de baño, pero a nosotras sí.

4. ¿Alguna vez le dijeron que el fútbol debería ser abordado solo por varones?

Durante muchos años el fútbol estuvo prohibido para las mujeres tanto en Europa como en algunos países de la región como por ejemplo Brasil. Históricamente se ha reprimido la participación de mujeres en el fútbol y es una herencia con la que tenemos que convivir en el día a día.

Cuando era niña y jugaba fútbol en el colegio era la única mujer de la selección y siempre había problemas en los campeonatos intercolegios porque no me querían dejar participar. Había una riña antes de cada partido y torneo para que me dejaran entrar a la cancha.

5. Tanto profesional como personalmente, ¿cree que algún día se logre una equidad de género en los medios televisivos deportivos?

Estamos camino a ello. Cada vez las mujeres asumimos más roles y mientras eso ocurre seguiremos equiparando la balanza. Es definitivo que se consiga la equidad de género. No me quedan dudas. El futuro será feminista.

Muchas gracias por su colaboración

Tabla 45

Resultados del cuestionario a la periodista Milagros Crisanto



**UNIVERSIDAD
Jaime Bausate y Meza**

CUESTIONARIO

“Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a los condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

DATOS GENERALES

1. Nombres y Apellidos: Isabel de los Milagros Crisanto Cordero

2. Edad: 37 años

3. Sexo:

Femenino

Masculino.

4. Ocupación y Centro laboral:

Editora de la Sección Deportes – Diario La República

Conductora de LíberoTV – Diario Libero

Se solicita contestar las siguientes preguntas con total veracidad.

1. ¿A qué cree que se deba la poca participación femenina en los programas deportivos?

En realidad, hay muchísima participación femenina. Hoy cuando se piensa en crear un programa, se habla de que el panel debe contar con una mujer, esto a raíz de la igualdad de género. En Directv incluso narra, comenta y está en cancha durante los partidos una mujer. El problema está cuando se decide integrar a una mujer por ser bonita, tener buen cuerpo o por la cantidad de seguidores que tiene en redes sociales y no por su capacidad, pues muchas veces eso hace que ella termine leyendo los comentarios que llegan a través de las redes sociales.

2. Usted como periodista deportivo, ¿ha vivido algún caso de estigmatización o incomodidad en su área laboral?

Llevo más de doce años en el periodismo deportivo y no cabe duda que las cosas han cambiado. Cuando ingresé a este mundo, me sobran los dedos de la mano para contar a las mujeres que nos dedicábamos a esto. Hoy cada vez son más y de alguna manera eso ha permitido que los hombres nos integren. No puedo negar que en algún momento me dijeron: “A ti te dará la entrevista porque eres mujer” o “tú eres mujer, nunca jugaste fútbol de verdad y no sabes cómo es eso”, pero depende mucho de la personalidad de cada una. Estas frases no me amilanaron, al contrario, me dieron fuerzas para demostrar que no importa si soy hombre o mujer, que esto se trata de

capacidad. En algún momento sentí que ya no tenía más techo, pero tuve la suerte de que mis jefes confiaran en mi trabajo, así llegué a cubrir los Juegos Olímpicos Brasil 2016, a la selección nacional en Nueva Zelanda en el repechaje hacia el Mundial Rusia 2018, la Copa América Brasil 2019 y hoy soy editora de la sección.

3. ¿Considera que existen estereotipos negativos en el periodismo deportivo?

Sí. Muchos minimizan el trabajo del periodista deportivo asegurando que no es necesario estudiar tres o cinco años para sentarse a ver un partido de fútbol. Hay que dejar en claro que hablamos de periodismo deportivo, no de periodismo futbolero y esto es algo que los chicos que estudian deben tener en claro. Si bien el fútbol es el deporte que mueve masas en nuestro país, hay que resaltar que existen diversas disciplinas y deportistas que dejan en alto el nombre del país. Conocer cada deporte, su historia, sus reglas...no es nada sencillo. Más allá de que hay que tener presente que el deporte es una herramienta importante para mejorar la sociedad y ser parte de eso demanda mucha responsabilidad.

4. ¿Alguna vez le dijeron que el fútbol debería ser abordado solo por varones?

Alguna vez me lo dijeron, pero fue algo muy básico. El argumento de que el fútbol solo puede ser abordado por varones porque ellos lo juegan, hoy se vino abajo porque cada día hay más mujeres que lo practican. Insisto esto se trata de capacidad, no de género.

5. Tanto profesional como personalmente, ¿cree que algún día se logre una equidad de género en los medios televisivos deportivos?

Es una equidad que comenzó a darse poco a poco, pero que depende mucho de nosotras sostenerlo. No ha sido fácil llegar a este punto en una sociedad machista, es por eso que debemos capacitarnos, seguir aprendiendo y convencernos de que si nos lo proponemos nadie nos puede mirar por encima del hombro.

Muchas gracias por su colaboración

Resultados del cuestionario al periodista Robert Malca



CUESTIONARIO

“Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a los condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

DATOS GENERALES

1. Nombres y Apellidos: Robert Walter Malca Contreras

2. Edad: 46

3. Sexo: Masculino

Femenino

Masculino.

4. Ocupación y Centro laboral: Periodista – TV Perú

Se solicita contestar las siguientes preguntas con total veracidad.

1. ¿A qué cree que se deba la poca participación femenina en los programas deportivos?

Me parece que antes había un miedo y desconocimiento, ya que el rubro del periodismo deportivo estaba solo abocado para los hombres, pero para alegría de muchos y me incluyo, ahora hay más presencia femenina en programas deportivos en TV, radio y redes sociales

2. Usted como periodista deportivo, ¿qué opinión tiene con respecto al desempeño de sus colegas femeninas con las que ha compartido o comparte labores?

Creo que lo hacen muy bien, te digo un ejemplo muy claro: Rosa María Muñoz que se convirtió en la primera mujer en relatar un partido de fútbol en la Liga 1, estuvo en uno de los programas que tenemos en redes sociales (Robert Malca – Oficial) y se desempeña de una forma espectacular y sé que llegará muy lejos.

Muchas gracias por su colaboración

Resultados del cuestionario a la periodista Rosa Muñoz



**UNIVERSIDAD
Jaime Bausate y Meza**

CUESTIONARIO

“Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a los condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

DATOS GENERALES

1. Nombres y Apellidos: Rosa María Muñoz Tipiani

2. Edad: 23

3. Sexo: Femenino

Femenino

Masculino.

4. Ocupación y Centro laboral:

Periodista y narradora deportiva en Directv Sports.

Se solicita contestar las siguientes preguntas con total veracidad.

1. ¿A qué cree que se deba la poca participación femenina en los programas deportivos?

Yo creo que se debe a una problemática social como el machismo que impide normalizar el interés igualitario por todo tipo de deportes tanto para varones como mujeres. El más claro ejemplo es el fútbol que suele estar presente desde la niñez de los varones, a diferencia de las mujeres que por factores diversos terminan conociéndolo o acercándose más adelante. Ello ha causado que la participación femenina en programas deportivos sea vista como algo 'raro' o 'insuficiente' y va muy relacionado a las pocas oportunidades brindadas por los medios. Es una mentalidad que se busca cambiar sobre todo en los últimos años.

2. Usted como periodista deportivo, ¿ha vivido algún caso de estigmatización o incomodidad en su área laboral?

He vivido en carne propia el machismo, más aún en mi faceta de narradora de fútbol pues es algo nunca antes visto aquí en el país. Hay un buen porcentaje en la sociedad que considera que sólo los varones pueden llevar a cabo las transmisiones de este deporte y eso me ha expuesto a todo tipo de insultos y mensajes agresivos que denigran mi trabajo solo por ser mujer.

3. ¿Considera que existen estereotipos negativos en el periodismo deportivo?

Lamentablemente sí y ocurre mucho con las mujeres. Se suele pensar que no somos capaces de entender o hablar de fútbol porque no es un deporte 'nuestro'. Se nos suele

derivar a roles muy limitados o tareas muy 'simples' por creer que no vamos a tener la suficiente preparación para desarrollarnos en cualquier tipo de reto. Estas ideas deben ser erradicadas.

4. ¿Alguna vez le dijeron que el fútbol debería ser abordado solo por varones?

Claro que sí, y aún leo muchos de esos comentarios cuando realizo alguna transmisión.

5. Tanto profesional como personalmente, ¿cree que algún día se logre una equidad de género en los medios televisivos deportivos?

Definitivamente. Hay muchas iniciativas que justamente están remando en la lucha por igualdad de oportunidades y rompen barreras que nos han acorralado por mucho tiempo. Un gran ejemplo es Directv Sports que hizo una gran apuesta por un panel de transmisión netamente femenino que poco a poco viene siendo tomado como referencia por otros medios no sólo del Perú, sino del mundo y es así que se van a ir abriendo puertas para más mujeres en el rubro deportivo.

No es un cambio que se va a dar en poco tiempo, pero creo que ya las nuevas generaciones tienen mayor libertad de desenvolverse en lo que les apasiona más allá de su sexo. La revolución se está dando en todas partes y Perú no será la excepción.

Muchas gracias por su colaboración

2. Instrumentos de investigación

Los instrumentos que permitieron que se lleve a cabo esta investigación fueron: la guía de entrevista, la guía de observación y el cuestionario (escala de Likert).

3. Prueba de confiabilidad del instrumento

La confiabilidad de los instrumentos de investigación fue medida a través del coeficiente del Alfa de Cronbach y de la Fórmula 20 de Kuder-Richardson en el software SPSS.

Estos fueron los resultados:

Tabla 48

Prueba de confiabilidad de las variables Factores Periodísticos Determinantes y Participación Femenina en los Programas Deportivos

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,770	,782	21

Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente alfa de Cronbach

Coefficiente	Criterio
Coefficiente alfa >.9	Es excelente
Coefficiente alfa >.8	Es bueno
Coefficiente alfa >.7	Es aceptable
Coefficiente alfa >.6	Es cuestionable
Coefficiente alfa >.5	Es pobre
Coefficiente alfa <.5	Es inaceptable

Fuente: elaborado por la Facultad de Estadística de la Universidad Santo Tomás.

De los resultados de Alfa de Cronbach para la variable independiente y dependiente se observa que el índice de confiabilidad es de 0.77, lo que demuestra que la valoración de la fiabilidad de los ítems analizados supera el mínimo aceptable, por lo que se recomienda

aplicar el instrumento a la muestra de estudio.

Validez del instrumento

Los instrumentos fueron sometidos a juicio de expertos en la especialidad para darle validez al contenido. Los validadores fueron: Edwin Manuel Gonzales Durán, Magister en Gestión de la Educación (48 puntos), Luis Edilberto Garay Peña, Doctor en Educación (44 puntos), Marta Beatriz Ontaneda Portal, Licenciada en Ciencias de la Comunicación (49 puntos).

Tabla 49

Validación del instrumento cuestionario según criterio de expertos

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN		
		Validador 1	Validador 2	Validador 3
1. CLARIDAD	El instrumento está formulado con un lenguaje apropiado	5	5	5
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de datos observables.	5	5	5
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa a los criterios científicos y tecnológicos.	5	4	5
4. ORGANIZACION	El instrumento tiene una organización lógica.	4	5	5
5. SUFICIENTE	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.	5	5	4
6. INTENCIONALIDAD	Es adecuado para relacionar aspectos de las variables propuestas.	5	4	5
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la comunicación y el periodismo	5	4	5
8. COHERENCIA	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.	4	4	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación.	5	5	5
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.	5	3	5
Total		48	44	49

Fuente: Elaboración propia

Tabla 50*Validación del instrumento guía de observación según criterio de expertos*

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN		
		Validador 1	Validador 2	Validador 3
1. CLARIDAD	El instrumento está formulado con un lenguaje apropiado	5	4	4
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de datos observables.	5	3	3
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa a los criterios científicos y tecnológicos.	5	4	4
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.	5	3	3
5. SUFICIENTE	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.	5	4	4
6. INTENCIONALIDAD	Es adecuado para relacionar aspectos de las variables propuestas.	5	3	3
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la comunicación y el periodismo	5	3	5
8. COHERENCIA	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.	5	3	3
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación.	5	4	4
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.	5	3	4
Total		50	34	37

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2



**UNIVERSIDAD
Jaime Bausate y Meza**

CUESTIONARIO (Prueba Piloto 1)

“Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a los condicionantes de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos. La encuesta es anónima y se requiere la veracidad en sus respuestas. Para tal efecto usted podrá marcar la alternativa correspondiente con un “X” o con un aspa, Considerando la siguiente escala:

1. Muy de acuerdo	2. De acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. En desacuerdo	5. Muy en desacuerdo
--------------------------	----------------------	------------------------------------------	-------------------------	-----------------------------

I. DATOS GENERALES

1. Edad: 21

2. Sexo:

- a. Femenino
- b. Masculino.

3. Nivel de estudios:

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Superior

4. Lugar de nacimiento: Lima

5. ¿Ha visto o ve programas de televisión deportivos?

- a. Sí
- b. No

N°	CONDICIONANTES PERIODÍSTICOS	1	2	3	4	5
1	A su parecer ¿en la televisión peruana predominan prejuicios negativos?	X				
2	¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?	X				
3	¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?		X			
4	A su criterio, ¿los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?		X			
5	Según su punto de vista, ¿la forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?			X		
6	¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?			X		
7	¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que SÍ lo hizo?				X	
8	En su opinión, ¿los temas deportivos son más difundidos por la televisión, que por los medios escritos o radiales?				X	
9	A su parecer, ¿el contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener?		X			
10	¿Considera que existen alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol?			X		
11	¿Cree que el factor 'género' es determinante para acceder a algunos puestos de trabajo?		X			
12	¿Percibe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos?		X			
13	Según su criterio, ¿la sociedad influye en la elección de los conductores o comentaristas de los programas deportivos televisivos?	X				
14	A su parecer, ¿los factores externos como: el poder o intereses personales influyen en la elección de los conductores o reporteros de TV?		X			
15	¿Considera que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo en Perú?	X				
16	¿Cree que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así brinda un contenido de calidad?			X		
17	¿Usted considera que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad?			X		
18	Según su percepción, ¿los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico?			X		
19	Según su punto de vista, ¿las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo?	X				
20	¿Considera que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos (fútbol)?		X			
21	A su parecer, ¿las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?	X				

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 3



**UNIVERSIDAD
Jaime Bausate y Meza**

CUESTIONARIO (Prueba Piloto 2)

“Condiciones periodísticas de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a los condicionantes de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

La encuesta es anónima y se requiere la veracidad en sus respuestas. Para tal efecto usted podrá marcar la alternativa correspondiente con un “X” o con un aspa, Considerando la siguiente escala:

1. Muy de acuerdo	2. De acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. En desacuerdo	5. Muy en desacuerdo
--------------------------	----------------------	------------------------------------------	-------------------------	-----------------------------

I. DATOS GENERALES

1. Edad: 21 años

2. Sexo:

- a. **Femenino**
- b. Masculino.

3. Nivel de estudios:

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Superior**

4. Lugar de nacimiento: LIMA

5. ¿Ha visto o ve programas de televisión deportivos?

- a. **Sí**
- b. No

N°	CONDICIONANTES PERIODÍSTICOS	1	2	3	4	5
1	A su parecer ¿en la televisión peruana predominan prejuicios negativos?		X			
2	¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?		X			
3	¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?		X			
4	A su criterio, ¿los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?		X			
5	Según su punto de vista, ¿la forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?			X		
6	¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?		X			
7	¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que SÍ lo hizo?				X	
8	En su opinión, ¿los temas deportivos son más difundidos por la televisión, que por los medios escritos o radiales?		X			
9	A su parecer, ¿el contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener?			X		
10	¿Considera que existen alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol?		X			
11	¿Cree que el factor 'género' es determinante para acceder a algunos puestos de trabajo?		X			
12	¿Percibe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos?	X				
13	Según su criterio, ¿la sociedad influye en la elección de los conductores o comentaristas de los programas deportivos televisivos?			X		
14	A su parecer, ¿los factores externos como: el poder o intereses personales influyen en la elección de los conductores o reporteros de TV?		X			
15	¿Considera que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo en Perú?	X				
16	¿Cree que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así brinda un contenido de calidad?				X	
17	¿Usted considera que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad?		X			
18	Según su percepción, ¿los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico?			X		
19	Según su punto de vista, ¿las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo?	X				
20	¿Considera que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos (fútbol)?	X				
21	A su parecer, ¿las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?				X	

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 4



CUESTIONARIO (Prueba Piloto 3)

“Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a los condicionantes de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

La encuesta es anónima y se requiere la veracidad en sus respuestas. Para tal efecto usted podrá marcar la alternativa correspondiente con un “X” o con un aspa, Considerando la siguiente escala:

1. Muy de acuerdo	2. De acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. En desacuerdo	5. Muy en desacuerdo
--------------------------	----------------------	------------------------------------------	-------------------------	-----------------------------

I. DATOS GENERALES

1. Edad: 22 años

2. Sexo:

- a. **Femenino**
- b. Masculino.

3. Nivel de estudios:

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Superior

4. Lugar de nacimiento: Callao

5. ¿Ha visto o ve programas de televisión deportivos?

- a. **Sí**
- b. No

N°	CONDICIONANTES PERIODÍSTICOS	1	2	3	4	5
1	A su parecer ¿en la televisión peruana predominan prejuicios negativos?	X				
2	¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?	X				
3	¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?		X			
4	A su criterio, ¿los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?	X				
5	Según su punto de vista, ¿la forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?		X			
6	¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?		X			
7	¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que SÍ lo hizo?	X				
8	En su opinión, ¿los temas deportivos son más difundidos por la televisión, que por los medios escritos o radiales?		X			
9	A su parecer, ¿el contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener?			X		
10	¿Considera que existen alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol?				X	
11	¿Cree que el factor 'género' es determinante para acceder a algunos puestos de trabajo?	X				
12	¿Percibe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos?	X				
13	Según su criterio, ¿la sociedad influye en la elección de los conductores o comentaristas de los programas deportivos televisivos?				X	
14	A su parecer, ¿los factores externos como: el poder o intereses personales influyen en la elección de los conductores o reporteros de TV?		X			
15	¿Considera que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo en Perú?	X				
16	¿Cree que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así brinda un contenido de calidad?		X			
17	¿Usted considera que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad?		X			
18	Según su percepción, ¿los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico?		X			
19	Según su punto de vista, ¿las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo?	X				
20	¿Considera que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos (fútbol)?				X	
21	A su parecer, ¿las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?				X	

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 5



CUESTIONARIO (Prueba Piloto 4)

“Condiciones periodísticas de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a los condicionantes de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

La encuesta es anónima y se requiere la veracidad en sus respuestas. Para tal efecto usted podrá marcar la alternativa correspondiente con un “X” o con un aspa, Considerando la siguiente escala:

1. Muy de acuerdo	2. De acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. En desacuerdo	5. Muy en desacuerdo
--------------------------	----------------------	------------------------------------------	-------------------------	-----------------------------

I. DATOS GENERALES

1. Edad: 21

2. Sexo:

- a. Femenino.
- b. **Masculino.**

3. Nivel de estudios:

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. **Superior**

4. Lugar de nacimiento: Huancayo

5. ¿Ha visto o ve programas de televisión deportivos?

- a. **Sí**
- b. No

N°	CONDICIONANTES PERIODÍSTICOS	1	2	3	4	5
1	A su parecer ¿en la televisión peruana predominan prejuicios negativos?				X	
2	¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?			X		
3	¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?				X	
4	A su criterio, ¿los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?					X
5	Según su punto de vista, ¿la forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?		X			
6	¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?			X		
7	¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que SÍ lo hizo?		X			
8	En su opinión, ¿los temas deportivos son más difundidos por la televisión, que por los medios escritos o radiales?				X	
9	A su parecer, ¿el contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener?			X		
10	¿Considera que existen alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol?					X
11	¿Cree que el factor 'género' es determinante para acceder a algunos puestos de trabajo?				X	
12	¿Percibe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos?			X		
13	Según su criterio, ¿la sociedad influye en la elección de los conductores o comentaristas de los programas deportivos televisivos?				X	
14	A su parecer, ¿los factores externos como: el poder o intereses personales influyen en la elección de los conductores o reporteros de TV?					X
15	¿Considera que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo en Perú?					X
16	¿Cree que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así brinda un contenido de calidad?	X				
17	¿Usted considera que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad?	X				
18	Según su percepción, ¿los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico?				X	
19	Según su punto de vista, ¿las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo?				X	
20	¿Considera que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos (fútbol)?					X
21	A su parecer, ¿las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?					X

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 6



CUESTIONARIO (Prueba Piloto 5)

“Condiciones periodísticas de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a los condicionantes de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

La encuesta es anónima y se requiere la veracidad en sus respuestas. Para tal efecto usted podrá marcar la alternativa correspondiente con un “X” o con un aspa, Considerando la siguiente escala:

1. Muy de acuerdo	2. De acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. En desacuerdo	5. Muy en desacuerdo
-------------------	---------------	-----------------------------------	------------------	----------------------

I. DATOS GENERALES

1. Edad: 23

2. Sexo:

- a. Femenino
- b. Masculino.

3. Nivel de estudios:

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Superior

4. Lugar de nacimiento: Pasco

5. ¿Ha visto o ve programas de televisión deportivos?

- a. Sí
- b. No

N°	CONDICIONANTES PERIODÍSTICOS	1	2	3	4	5
1	A su parecer ¿en la televisión peruana predominan prejuicios negativos?		X			
2	¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?				X	
3	¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?				X	
4	A su criterio, ¿los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?			X		
5	Según su punto de vista, ¿la forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?		X			
6	¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?		X			
7	¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que SÍ lo hizo?		X			
8	En su opinión, ¿los temas deportivos son más difundidos por la televisión, que por los medios escritos o radiales?			X		
9	A su parecer, ¿el contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener?		X			
10	¿Considera que existen alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol?			X		
11	¿Cree que el factor 'género' es determinante para acceder a algunos puestos de trabajo?				X	
12	¿Percibe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos?				X	
13	Según su criterio, ¿la sociedad influye en la elección de los conductores o comentaristas de los programas deportivos televisivos?					X
14	A su parecer, ¿los factores externos como: el poder o intereses personales influyen en la elección de los conductores o reporteros de TV?			X		
15	¿Considera que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo en Perú?	X				
16	¿Cree que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así brinda un contenido de calidad?			X		
17	¿Usted considera que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad?			X		
18	Según su percepción, ¿los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico?			X		
19	Según su punto de vista, ¿las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo?	X				
20	¿Considera que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos (fútbol)?	X				
21	A su parecer, ¿las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?			X		

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 7



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Lima, 19 de octubre del 2020

Señor: Edwin Manuel Gonzales Durán

Presente. -

ASUNTO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO

Me dirijo a usted para expresarle mi saludo cordial y manifestarle que para el desarrollo del proyecto de investigación: **“Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos I. Lima, 2020”**. El cual requiere la validación del instrumento de recolección de datos, solicito su valiosa opinión profesional.

Para lo cual, adjunto los siguientes documentos:

1. Dos fichas de opinión de expertos. (Uno para cada instrumento)
2. Matriz de consistencia.
3. Dos instrumentos de recolección de datos (Escala Likert y Ficha de observación)

Agradezco por anticipado su aceptación a la presente.

Atentamente,

Mylene Soledad Calla Pérez

Nombre y apellido

Recibido: **MANUEL GONZALES DURAN**
Fecha 19-octubre-2020

Anexo 8

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

GUIA DE OBSERVACIÓN

1. DATOS GENERALES

1.1. Apellido y nombres del experto:... GONZALES DURAN, EDWIN MANUEL

1.2. Grado académico: ...magister

1.3. Nombre de instrumento: Ficha de observación

1.4. Autor de instrumento: Mylene Soledad Calla Pérez

1.5. Instrucciones: Luego de analizar el instrumento, le solicitamos que en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	El instrumento está formulado con un lenguaje apropiado.					X
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					X
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.					X
4.-Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					X
6.- Intencionalidad	Es adecuado para relacionar aspectos de las variables propuestas.					X
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la comunicación y el periodismo.					X
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.					X
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación					X
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					X
	Total parcial					50
	Total					50

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: .. La GUIA DE OBSERVACIÓN tiene los elementos suficientes y propios para la investigación formulada: “**Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos I Lima, 2020**”

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:.....

Puntuación 50


Firma del Experto

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar

Anexo 9

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

ENCUESTA

1. DATOS GENERALES

1.1. Apellido y nombres del experto: GONZALES DURAN, EDWIN MANUEL

1.2. Grado académico: ...Magister

1.3. Nombre de instrumento: Cuestionario (Escala Likert)

1.4. Autor de instrumento: Mylene Soledad Calla Pérez

1.5. Instrucciones: Luego de analizar el instrumento, le solicitamos que en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	El instrumento está formulado con un lenguaje apropiado.					X
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					X
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.					X
4.-Organización	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					X
6.- Intencionalidad	Es adecuado para relacionar aspectos de las variables propuestas.					X
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la comunicación y el periodismo.					X
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.				X	
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación					X
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					X
	Total parcial				8	40
	Total					48

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: ..La encuesta tiene los elementos suficientes y propios para la investigación formulada: **“Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos I. Lima, 2020”**

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:.....

Puntuación **48**


Firma del Experto

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar

Anexo 10

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellido y nombres del experto: Garay Peña, Luis Edilberto
 1.2. Grado académico: Doctor.....
 1.3. Nombre de instrumento: Ficha de observación
 1.4. Autor de instrumento: Mylene Soledad Calla Pérez
 1.5. Instrucciones: Luego de analizar el instrumento, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

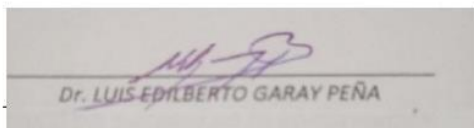
1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	El instrumento está formulado con un lenguaje apropiado.				x	
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.			x		
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.				x	
4.- Organización	El instrumento tiene una organización lógica.			x		
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.				x	
6.- Intencionalidad	Es adecuado para relacionar aspectos de las variables propuestas.			x		
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la comunicación y el periodismo.			x		
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.			x		
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación				x	
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.			x		
Total parcial				18	16	
Total				34		

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válido mejorar

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 34 puntos

Puntuación



Dr. LUIS EDILBERTO GARAY PEÑA

Firma del Experto

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar

Anexo 11

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellido y nombres del experto: Garay Peña, Luis Edilberto.
 1.2. Grado académico: Doctor
 1.3. Nombre de instrumento: Cuestionario (Escala Likert)
 1.4. Autor de instrumento: Mylene Soledad Calla Pérez
 1.5. Instrucciones: Luego de analizar el instrumento, le solicitamos que en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

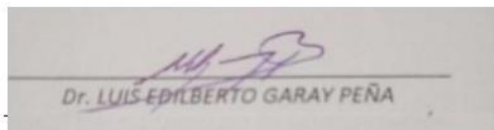
1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	El instrumento está formulado con un lenguaje apropiado.					x
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					x
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.				x	
4.-Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					x
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					x
6.- Intencionalidad	Es adecuado para relacionar aspectos de las variables propuestas.				x	
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la comunicación y el periodismo.				x	
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.				x	
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación					x
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.			x		
	Total parcial			3	16	25
	Total			44		

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válido aplicar

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 44 puntos.

Puntuación



Dr. LUIS EDILBERTO GARAY PEÑA

Firma del Experto

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar

Anexo 12

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

1.1. Apellido y nombres del experto: Marta Beatriz Ontaneda Portal

1.2. Grado académico: Licenciada en Ciencias de la Comunicación

1.3. Nombre de instrumento: Ficha de observación

1.4. Autor de instrumento: Mylene Soledad Calla Pérez

1.5. Instrucciones: Luego de analizar el instrumento, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	El instrumento está formulado con un lenguaje apropiado.				*	
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.			*		
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.				*	
4.-Organización	El instrumento tiene una organización lógica.			*		
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.				*	
6.- Intencionalidad	Es adecuado para relacionar aspectos de las variables propuestas.			*		
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la comunicación y el periodismo.					*
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.			*		
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación				*	
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.				*	
	Total parcial			12	20	5
	Total					37

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válido, mejorar

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 37

Puntuación

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar



 Firma del Experto

Anexo 13

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellido y nombres del experto: Marta Beatriz Ontaneda Portal
 1.2. Grado académico: Licenciada en Ciencias de la Comunicación
 1.3. Nombre de instrumento: Cuestionario (Escala Likert)
 1.4. Autor de instrumento: Mylene Soledad Calla Pérez
 1.5. Instrucciones: Luego de analizar el instrumento, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
--------------------	----------------	-------------------	---------------------	-------------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	El instrumento está formulado con un lenguaje apropiado.					*
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					*
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.					*
4.-Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					*
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.				*	
6.- Intencionalidad	Es adecuado para relacionar aspectos de las variables propuestas.					*
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la comunicación y el periodismo.					*
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.					*
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación					*
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					*
	Total parcial				4	45
	Total					49

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válido a aplicar

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: **49**

Firma del Experto

Puntuación

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar

Anexo 14



CONSENTIMIENTO INFORMADO

El suscrito (a) Mylene Soledad Calla Pérez, alumno de la facultad de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, y desarrollando un estudio investigativo sobre: “Condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. Lima, 2020”.

Se invita a Usted a participar en el correspondiente estudio de investigación. Posee libertad para preguntar sobre cualquier aspecto que le ayude a aclarar sus dudas al respecto. En el mismo no se registrará su identidad, teniendo absoluta confidencialidad, tiene libertad para aceptar o rechazar el formar parte de la misma, no implica gasto monetario de su parte ni ningún tipo de remuneración.

Una vez que haya comprendido el estudio y si usted desea participar respondiendo el cuestionario, entonces se le pedirá que firme esta forma de consentimiento, de la cual se le entregará una copia firmada y fechada.

Yo, **Camila Zapata Castillo**, luego de conocer y entender el proyecto de investigación, de manera libre y voluntaria autorizo al equipo de investigadores, para que me considere como parte de este estudio, a la vez que autorizo que mis datos sean motivo de análisis y difusión.

Queda claro que el presente proyecto no representa riesgos de afectación o daño a mi persona ni tampoco a terceros.

.....
FIRMA DEL PARTICIPANTE

Anexo 15

**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

El suscrito (a) Mylene Soledad Calla Pérez, alumno de la facultad de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, y desarrollando un estudio investigativo sobre: "Condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. Lima, 2020".

Se invita a Usted a participar en el correspondiente estudio de investigación. Posee libertad para preguntar sobre cualquier aspecto que le ayude a aclarar sus dudas al respecto. En el mismo no se registrará su identidad, teniendo absoluta confidencialidad, tiene libertad para aceptar o rechazar el formar parte de la misma, no implica gasto monetario de su parte ni ningún tipo de remuneración.

Una vez que haya comprendido el estudio y si usted desea participar respondiendo el cuestionario, entonces se le pedirá que firme esta forma de consentimiento, de la cual se le entregará una copia firmada y fechada.

Yo, **Patricia Elena Concha López**, luego de conocer y entender el proyecto de investigación, de manera libre y voluntaria autorizo al equipo de investigadores, para que me considere como parte de este estudio, a la vez que autorizo que mis datos sean motivo de análisis y difusión.

Queda claro que el presente proyecto no representa riesgos de afectación o daño a mi persona ni tampoco a terceros.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Patricia Elena Concha López', is written over a dotted line.

.....
FIRMA DEL PARTICIPANTE

Anexo 16



UNIVERSIDAD
Jaime Bausate y Meza

CUESTIONARIO (Para Periodistas Deportivos)

“Condiciones periodísticas de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2021”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a los condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

DATOS GENERALES

1. Nombres y Apellidos:

2. Edad:

3. Sexo:

Femenino

Masculino.

4. Centro laboral:

Se solicita contestar las siguientes preguntas con total veracidad.

6. ¿A qué cree que se deba la poca participación femenina en los programas deportivos?
7. Usted como periodista deportivo, ¿ha vivido algún caso de estigmatización o incomodidad en su área laboral?
8. ¿Considera que existen estereotipos negativos en el periodismo deportivo?
9. ¿Alguna vez le dijeron que el fútbol debería ser abordado solo por varones?
10. Tanto profesional como personalmente, ¿cree que algún día se logre una equidad de género en los medios televisivos deportivos?

Muchas gracias por su colaboración

Anexo 17



UNIVERSIDAD
Jaime Bausate y Meza

CUESTIONARIO (Escala Likert)

“Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2021”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a los condicionantes periodísticos de la participación femenina en los programas deportivos televisivos. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

La encuesta es anónima y se requiere la veracidad en sus respuestas. Para tal efecto usted podrá marcar la alternativa correspondiente con un “X” o con un aspa, Considerando la siguiente escala:

1. Muy de acuerdo	2. De acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. En desacuerdo	5. Muy en desacuerdo
--------------------------	----------------------	------------------------------------------	-------------------------	-----------------------------

I. DATOS GENERALES

1. Edad:

2. Sexo:

- a. Femenino
- b. Masculino.

3. Nivel de estudios:

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Superior

4. Lugar de nacimiento:

5. ¿Ha visto o ve programas de televisión deportivos?

- a. Sí
- b. No

N°	CONDICIONANTES PERIODÍSTICOS	1	2	3	4	5
1	A su parecer ¿en la televisión peruana predominan prejuicios negativos ?					
2	¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?					
3	¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?					
4	A su criterio, ¿los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?					
5	Según su punto de vista, ¿la forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?					
6	¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?					
7	¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que SÍ lo hizo?					
8	En su opinión, ¿los temas deportivos son más difundidos por la televisión , que por los medios escritos o radiales ?					
9	A su parecer, ¿el contenido de los programas deportivos depende en gran medida de los patrocinadores que este pueda tener?					
10	¿Considera que existen alianzas entre algunos canales deportivos de televisión y algunos equipos de fútbol?					
11	¿Cree que el factor 'género' es determinante para acceder a algunos puestos de trabajo?					
12	¿Percibe un marcado sexismo en la conducción de los programas deportivos?					
13	Según su criterio, ¿la sociedad influye en la elección de los conductores o comentaristas de los programas deportivos televisivos?					
14	A su parecer, ¿los factores externos como: el poder o intereses personales influyen en la elección de los conductores o reporteros de TV?					
15	¿Considera que deben existir más mujeres en el periodismo deportivo en Perú?					
16	¿Cree que el programa deportivo De Fútbol Se Habla Así brinda un contenido de calidad ?					
17	¿Usted considera que el programa deportivo Conexión DIRECTV brinda un contenido de calidad ?					
18	Según su percepción, ¿los programas deportivos contratan mujeres solo por su aspecto físico ?					
19	Según su punto de vista, ¿las mujeres periodistas están correctamente preparadas para informar sobre algún evento deportivo?					
20	¿Considera que las mujeres muestran el mismo interés que los varones en los temas deportivos (fútbol)?					
21	A su parecer, ¿las mujeres periodistas tienen las mismas facilidades que los varones para acceder a información de temas futbolísticos?					

Muchas gracias por su colaboración

Anexo 18

Tabla 47

Guía de observación



UNIVERSIDAD
Jaime Bausate y Meza

GUÍA DE OBSERVACIÓN

TEMA: “*Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020*”.

CANAL DE TELEVISIÓN:		NOMBRE DEL PROGRAMA:	
FECHA DE EMISIÓN:		HORARIO DE EMISIÓN:	
DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS:			

FICHA DE OBSERVACIÓN N°

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ÍTEM	SI	NO	OBSERVACIÓN / CONCLUSIÓN
Condicionamiento de género	Prejuicios	Hay mujeres en la conducción			
	Diferencias según género	Cuenta con panelistas mujeres			
	Discriminación	Presentan notas o reportajes elaborados por periodistas mujeres			
Condicionamiento social	Estereotipos sociales	Comentarios machistas de los televidentes			
	Formas de crianza	Conductores con lenguaje apropiado			
	Preparación académica	Conductores especializados en deportes			
Condicionamiento de las fuentes	Los medios de comunicación	Presentan notas exclusivas del medio			

	Patrocinadores	Anuncio continuo de patrocinadores o auspiciadores			
	Área de relaciones públicas	Notas con créditos de algún club de fútbol			
El techo de cristal	Influencia del género	Valoración de la opinión de la conductora o reportera mujer			
	Influencia de la sociedad	Uso de un lenguaje prejuicioso o estereotipado			
	Factores externos	Maltrato hacia la periodista mujer			
Audiencia selectiva	El espectador empoderado	Interacción con el televidente durante la emisión del programa			
	Calidad del contenido televisivo	Información relevante			
	Importancia del aspecto físico	Conductoras esbeltas y bien vestidas			
Desconocimiento de temas futbolísticos	Poca preparación	Desconocimiento de temas deportivos			
	Desinterés	Poca participación de mujeres televidentes			
	Inaccesibilidad	Buena calidad de las notas informativas			

Anexo 19

Tabla 48

Base de datos Guía de observación 1 Conexión DIRECTV



UNIVERSIDAD
Jaime Bausate y Meza

GUÍA DE OBSERVACIÓNTEMA: “*Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020*”.

CANAL DE TELEVISIÓN:	DIRECTV Sports	NOMBRE DEL PROGRAMA:	Conexión DIRECTV
FECHA DE EMISIÓN:	Lunes 2 de noviembre del 2020	HORARIO DE EMISIÓN:	10 pm – 11 pm

DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS:

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ÍTEM	SI	NO	OBSERVACIÓN / CONCLUSIÓN
Condicionamiento de género	Prejuicios	Hay mujeres en la conducción	X		1 mujer y 1 varón
	Diferencias según género	Cuenta con panelistas mujeres		X	No tiene panelistas.
	Discriminación	Presentan notas o reportajes elaborados por periodistas mujeres		X	
Condicionamiento social	Esteretipos sociales	Comentarios machistas de los televidentes		X	No se leyó comentario alguno de los televidentes
	Formas de crianza	Conductores con lenguaje apropiado	X		Se nota la preparación periodística de los conductores
	Preparación académica	Conductores especializados en deportes	X		Muestran que tienen conocimientos deportivos

Condicionamiento de las fuentes	Los medios de comunicación	Presentan notas exclusivas del medio	X		Aunque también mencionaron fuentes.
	Patrocinadores	Anuncio continuo de patrocinadores o auspiciadores		X	No hubo ningún anuncio de patrocinadores
	Área de relaciones públicas	Notas con créditos de algún club de fútbol		X	
El techo de cristal	Influencia del género	Valoración de la opinión de la conductora o reportera mujer	X		Totalmente. Como es la conductora, comenta muchas notas y las analiza
	Influencia de la sociedad	Uso de un lenguaje prejuicioso o estereotipado		X	
	Factores externos	Maltrato hacia la periodista mujer	X		Tienen buena relación laboral
Audiencia selectiva	El espectador empoderado	Interacción con el televidente durante la emisión del programa		X	
	Calidad del contenido televisivo	Información relevante	X		
	Importancia del aspecto físico	Conductoras esbeltas y bien vestidas	X		La periodista se vistió muy elegante
Desconocimiento de temas futbolísticos	Poca preparación	Desconocimiento de temas deportivos		X	
	Desinterés	Poca participación de mujeres televidentes	X		
	Inaccesibilidad	Buena calidad de las notas informativas	X		

Anexo 20

Tabla 49

Base de datos Guía de observación 1 De Fútbol Se Habla Así



UNIVERSIDAD
Jaime Bausate y Meza

GUÍA DE OBSERVACIÓNTEMA: “*Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020*”.

CANAL DE TELEVISIÓN:	DIRECTV Sports	NOMBRE DEL PROGRAMA:	De Fútbol Se Habla Así
FECHA DE EMISIÓN:	Lunes 2 de noviembre del 2020	HORARIO DE EMISIÓN:	9 pm – 10:30 pm

DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS:

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ÍTEM	SI	NO	OBSERVACIÓN / CONCLUSIÓN
Condicionamiento de género	Prejuicios	Hay mujeres en la conducción	X		1 mujer y 3 varones
	Diferencias según género	Cuenta con panelistas mujeres		X	No tiene panelistas.
	Discriminación	Presentan notas o reportajes elaborados por periodistas mujeres		X	
Condicionamiento social	Esteriotipos sociales	Comentarios machistas de los televidentes		X	No se leyó comentario alguno de los televidentes
	Formas de crianza	Conductores con lenguaje apropiado	X		Se nota la preparación periodística de los conductores
	Preparación académica	Conductores especializados en deportes	X		Muestran que tienen conocimientos deportivos

Condicionamiento de las fuentes	Los medios de comunicación	Presentan notas exclusivas del medio	X		Aunque también mostraron notas recogidas por otros medios. Mencionaron fuentes.
	Patrocinadores	Anuncio continuo de patrocinadores o auspiciadores		X	No hubo ningún anuncio de patrocinadores
	Área de relaciones públicas	Notas con créditos de algún club de fútbol		X	
El techo de cristal	Influencia del género	Valoración de la opinión de la conductora o reportera mujer	X		Totalmente. Talía Azcárate era una de las personas que más comentaba
	Influencia de la sociedad	Uso de un lenguaje prejuicioso o estereotipado		X	
	Factores externos	Maltrato hacia la periodista mujer		X	Tienen buena relación laboral
Audiencia selectiva	El espectador empoderado	Interacción con el televidente durante la emisión del programa	X		Premiaron a una televidente que concursó en sus redes sociales
	Calidad del contenido televisivo	Información relevante	X		Abordaron con bastante amplitud la goleada de Alianza Lima.
	Importancia del aspecto físico	Conductoras esbeltas y bien vestidas	X		La periodista se vestía acorde a la ocasión, de manera elegante
Desconocimiento de temas futbolísticos	Poca preparación	Desconocimiento de temas deportivos		X	
	Desinterés	Poca participación de mujeres televidentes	X		
	Inaccesibilidad	Buena calidad de las notas informativas	X		

Anexo 21



UNIVERSIDAD
Jaime Bausate y Meza

Tabla 50

Base de datos Guía de observación 2 Conexión DIRECTV

GUÍA DE OBSERVACIÓN

TEMA: “*Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020*”.

CANAL DE TELEVISIÓN:	DIRECTV Sports	NOMBRE DEL PROGRAMA:	Conexión DIRECTV
FECHA DE EMISIÓN:	Martes 3 de noviembre del 2020	HORARIO DE EMISIÓN:	10 pm – 11 pm
DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS:			

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 2

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ÍTEM	SI	NO	OBSERVACIÓN / CONCLUSIÓN
Condicionamiento de género	Prejuicios	Hay mujeres en la conducción	X		1 mujer y 1 varón
	Diferencias según género	Cuenta con panelistas mujeres		X	No tiene panelistas.
	Discriminación	Presentan notas o reportajes elaborados por periodistas mujeres		X	
Condicionamiento social	Estereotipos sociales	Comentarios machistas de los televidentes		X	No se leyó comentario alguno de los televidentes
	Formas de crianza	Conductores con lenguaje apropiado	X		Se nota la preparación periodística de los conductores
	Preparación académica	Conductores especializados en deportes	X		Muestran que tienen conocimientos deportivos

Condicionamiento de las fuentes	Los medios de comunicación	Presentan notas exclusivas del medio	X		Aunque también mencionaron fuentes.
	Patrocinadores	Anuncio continuo de patrocinadores o auspiciadores		X	No hubo ningún anuncio de patrocinadores
	Área de relaciones públicas	Notas con créditos de algún club de fútbol		X	
El techo de cristal	Influencia del género	Valoración de la opinión de la conductora o reportera mujer	X		Totalmente. Camila Zapata analiza mucho las notas presentadas
	Influencia de la sociedad	Uso de un lenguaje prejuicioso o estereotipado		X	
	Factores externos	Maltrato hacia la periodista mujer	X		Tienen buena relación laboral
Audiencia selectiva	El espectador empoderado	Interacción con el televidente durante la emisión del programa		X	
	Calidad del contenido televisivo	Información relevante	X		
	Importancia del aspecto físico	Conductoras esbeltas y bien vestidas	X		La periodista se vistió muy elegante
Desconocimiento de temas futbolísticos	Poca preparación	Desconocimiento de temas deportivos		X	
	Desinterés	Poca participación de mujeres televidentes	X		
	Inaccesibilidad	Buena calidad de las notas informativas	X		

Anexo 22



UNIVERSIDAD
Jaime Bausate y Meza

Tabla 51

Base de datos Guía de observación 2 De Fútbol Se Habla Así

GUÍA DE OBSERVACIÓN

TEMA: “*Condicionantes periodísticos de la participación femenina en programas deportivos televisivos. Lima, 2020*”.

CANAL DE TELEVISIÓN:	DIRECTV Sports	NOMBRE DEL PROGRAMA:	De Fútbol Se Habla Así
FECHA DE EMISIÓN:	Martes 3 de noviembre del 2020	HORARIO DE EMISIÓN:	9 pm – 10:30 pm

DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS:

FICHA DE OBSERVACIÓN N°2

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ÍTEM	SI	NO	OBSERVACIÓN / CONCLUSIÓN
Condicionamiento de género	Prejuicios	Hay mujeres en la conducción	X		1 mujer y 3 varones
	Diferencias según género	Cuenta con panelistas mujeres		X	No tiene panelistas.
	Discriminación	Presentan notas o reportajes elaborados por periodistas mujeres		X	
Condicionamiento social	Estereotipos sociales	Comentarios machistas de los televidentes		X	No se leyó comentario alguno de los televidentes
	Formas de crianza	Conductores con lenguaje apropiado	X		
	Preparación académica	Conductores especializados en deportes	X		Muestran que tienen conocimientos deportivos

Condicionamiento de las fuentes	Los medios de comunicación	Presentan notas exclusivas del medio	X		También mostraron notas de otros medios, mencionaron fuentes.
	Patrocinadores	Anuncio continuo de patrocinadores o auspiciadores		X	No hubo ningún anuncio de patrocinadores
	Área de relaciones públicas	Notas con créditos de algún club de fútbol		X	
El techo de cristal	Influencia del género	Valoración de la opinión de la conductora o reportera mujer	X		Los comentarios de Talía Azcárate fueron tomados en cuenta por sus colegas
	Influencia de la sociedad	Uso de un lenguaje prejuicioso o estereotipado		X	
	Factores externos	Maltrato hacia la periodista mujer		X	Muy buena relación laboral, con bromas incluidas
Audiencia selectiva	El espectador empoderado	Interacción con el televidente durante la emisión del programa	X		
	Calidad del contenido televisivo	Información relevante	X		Abordaron con amplitud el partido de Sport Boys que salió victorioso en la Liga 1
	Importancia del aspecto físico	Conductoras esbeltas y bien vestidas	X		La periodista vistió muy elegante, más que el día anterior
Desconocimiento de temas futbolísticos	Poca preparación	Desconocimiento de temas deportivos		X	
	Desinterés	Poca participación de mujeres televidentes	X		
	Inaccesibilidad	Buena calidad de las notas informativas	X		

Anexo 23

Base de datos en el software IBM SPSS versión 22 para Windows

BENDITA TESIS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 23 de 23 variables

	PREJUICIOS	DIFERENCIAS SOCIOECONÓMICAS	DISCRIMINACIÓN	ESTEREOTIPOS SOCIALES	FORMAS DE VIOLENCIA	PREPARACIÓN ACADÉMICA	PREPARACIÓN	LOS MEDICAMENTOS	PATROCINADORES	ÁREAS DE RELACIONES PÚBLICAS	INFLUENCIA DEL GÉNERO	INFLUENCIA	INFLUENCIA DE LA SOCIEDAD	FACTORES EXTERNOS	ELESPECTADOR EMPODERADO	CALIDAD DEL CONTEXTO	CALIDAD DEL CONTEXTO	IMPACTOS
1	1	1	1	1	2	3	4	3	2	2	2	2	1	1	2	3	3	
2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	3	
3	3	2	4	1	4	2	5	1	2	2	2	4	2	3	2	3	4	
4	2	2	4	2	4	4	4	2	2	3	2	3	4	3	2	2	4	
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
6	2	2	4	2	2	5	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
7	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	
8	3	4	3	2	3	2	4	2	2	1	3	2	2	2	2	5	2	
9	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	
10	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	1	3	4	2	1	3	1	
11	2	1	2	2	4	4	4	3	2	2	2	2	3	2	1	4	2	
12	3	2	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	
13	2	2	3	2	3	1	1	1	2	2	2	2	1	1	3	3	3	
14	1	1	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	1	3	4	2	
15	2	3	4	4	2	2	5	3	2	2	2	1	2	2	2	5	3	
16	4	1	3	1	2	2	4	2	2	3	5	4	2	2	2	3	2	
17	1	1	3	2	2	2	5	2	2	2	3	2	2	2	1	4	2	
18	1	2	3	1	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	
19	2	1	1	1	2	2	5	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	
20	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
21	2	3	5	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4	2	4	3	3	
22	2	2	2	1	1	1	5	3	2	3	2	2	2	2	1	5	5	
23	2	1	2	2	4	1	5	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	
24	2	1	2	2	2	2	4	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	
25	3	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	

Vista de datos Vista de variables

Mostrar escritorio

Resultados en el software IBM SPSS versión 22 para Windows

*Resultado1 [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Su periodo de uso temporal para IBM SPSS Statistics caducará en 4780 días.

```
GET
FILE='C:\Users\Mylene\Desktop\BENDITA TESIS\BENDITA TESIS.sav'.
DATASET NAME ConjuntoDatos1 WINDOW=FRONT.
FRECUENCIAS VARIABLES=PREJUICIOS
/BARCHART FREQ
/ORDER=ANALYSIS.
```

➔ **Frecuencias**

[ConjuntoDatos1] C:\Users\Mylene\Desktop\BENDITA TESIS\BENDITA TESIS.sav

Estadísticos

1) A su parecer, ¿en la televisión peruana predominan prejuicios negativos?

N	Válido	Perdidos
	85	0

1) A su parecer, ¿en la televisión peruana predominan prejuicios negativos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	16	18,8	18,8	18,8
	De acuerdo	42	49,4	49,4	68,2
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	20	23,5	23,5	91,8
	En desacuerdo	6	7,1	7,1	98,8
	Muy en desacuerdo	1	1,2	1,2	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

1) A su parecer, ¿en la televisión peruana predominan prejuicios negativos?

*Resultado3 [Documento3] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

➔ **Descriptivos**

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Dev. Desviación
1) A su parecer, ¿en la televisión peruana predominan prejuicios negativos?	85	1	5	2,22	,878
2) ¿Considera que hay preferencias por el género masculino en los programas deportivos?	85	1	4	1,91	,868
3) ¿Cree que existe discriminación hacia la mujer en los programas deportivos televisivos?	85	1	5	2,41	1,072
4) A su criterio, ¿los estereotipos sociales influyen en la presencia de personajes de la televisión peruana?	85	1	4	1,79	,773
5) Según su punto de vista, ¿la forma de crianza que recibió una persona influye en la elección de su carrera profesional?	85	1	5	2,36	,949
6) ¿Considera que la preparación académica de una persona determina su puesto de trabajo?	85	1	5	2,29	1,010
7) ¿Cree que una persona que NO estudió periodismo tiene la misma capacidad para conducir un programa informativo, que alguien que estudió periodismo?	85	1	5	3,20	1,203

Entrevista Camila Zapata

