

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE COMUNICACIÓN



TEMA:

“ANÁLISIS DE LA EQUIDAD INFORMATIVA DEL FÚTBOL FEMENINO VS EL FÚTBOL MASCULINO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESPECIALIZADOS EN DEPORTES EN EL PERIODO DE MARZO - SEPTIEMBRE DEL 2022”

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación

AUTOR(A):

María Celeste Oña Molina

DIRECTOR(A):

Msc. Fabricio Armando Rosero Vaca

Ibarra, 2023



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401636386		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Oña Molina María Celeste		
DIRECCIÓN:	Juana Atabalipa y Hernán Gonzales de sa A		
EMAIL:	mconam@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2-512-225	TELF. MOVIL	0994521214

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Análisis de la equidad informativa del fútbol femenino vs el fútbol masculino en los medios de comunicación especializados en deportes en el periodo de marzo - septiembre del 2022
AUTOR (ES):	Oña Molina María Celeste
FECHA: AAAA/MM/DD	2023/06/06
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Lic. en Comunicación
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Fabricio Rosero
	Msc. Consuelo Andrade

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 06 días del mes de junio de 2023.

EL AUTOR:



.....
María Celeste Oña Molina

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, ~~06~~ de ~~junio~~..... de 2023

Msc. Fabricio Rosero

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.


(f)
Msc. Fabricio Rosero
C.C.: 171453812-9.

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación quiero dedicar a mis abuelos Jorge Celestino y María Clemencia (Maru), que desde el cielo me dieron aliento para salir adelante en este lindo proceso que es la Universidad, a mi hermano William Xavier que desde su partida casi nada ha sido igual y este trabajo lo realicé basado en sus enseñanzas sobre su pasión al fútbol y su afición a los deportes extremos, haciendo este tema, convencida de que cuando uno pone amor y pasión a las cosas, siempre salen mejor de lo que se las planea.

A mi madre, Charito Oña la mujer que me dio la vida y aliento todos los días para hacer esta investigación interesante donde ella ha visto la pasión que tengo por el fútbol, pero a la vez compleja, ella a pesar de mis cambios de humor, siempre ha estado atenta a todo este largo proceso de desbordante aprendizaje.

A mi tía Nancy Oña, que durante estos 4 años estuvo conmigo apoyándome moral y económicamente en esta carrera, ella fue mi compañera de desvelo y mi apoyo incondicional para poder cumplir a carta cabal mis tareas.

A mis papás William y Armando que con su apoyo moral y pedagógicamente han estado guiándome en este proceso universitario, sin ellos, sin su firmeza y sus consejos, nada hubiera sido posible, pues su amor siempre se ha basado en corregirme y apoyarme cuando ha sido necesario.

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme llegar a este momento tan importante de mi vida, de su mano he caminado a lo largo de mi carrera, siendo perseverante y enfocándome en cumplir mis sueños, con mis pies sobre la tierra.

A todas las personas que me han aportado de manera desinteresada en la elaboración de este proyecto de investigación, siendo un pilar donde me he apoyado en estos 4 años de vida universitaria.

Debo reconocer el apoyo y la orientación de mi director Msc. Fabricio Rosero el cual ha sabido encaminarme y guiarme durante mi camino en esta espléndida carrera y a la vez en este proyecto de investigación. Gracias por su entrega a la docencia, porque pese a sus múltiples ocupaciones siempre me dedico tiempo de calidad, extendiéndome su mano para que cada día sea mejor en este camino, sin su empuje y su persistencia seguramente no hubiese podido realizar este impecable trabajo.

Agradezco a mi profe Ph.D. Ana María Larrea, que más que mi docente es mi amiga, la cual con su carisma y don de gente no tuvo reparo en ser una guía intachable en mi camino universitario, reconozco su dedicación, y paciencia para celebrar junto a mí, mis momentos de gloria y ser un hombro donde apoyar mi cabeza en aquellos momentos que como humana me sentía derrotada. Sin su apoyo y sus consejos no habría sido posible realizar este trabajo.

Agradezco a mis docentes de la carrera por las enseñanzas que me brindaron en las aulas de clase y fuera de ellas, mi crecimiento personal y profesional, se basó en mirarlos como ejemplo a seguir. Gracias a la docente Ph.D. Paola Mantilla, por haber estado presente a lo largo de estos cuatro años, siendo una excelente catedrática, con valores que los recordaré a lo largo de mi vida.

Gracias a todas aquellas personas que han sido participes de forma activa en la realización de esta tesis; a las personas entrevistadas, que con su apoyo en la fase de recolección de información y brindándome parte de su valioso tiempo, fueron pieza clave para plasmar mi proyecto. Agradezco por su generosa voluntad de colaborar y explicarme como es el fútbol femenino en mi país.

No podía olvidarme de agradecer a mi núcleo, toda mi “familia poco normal” por estar pendiente de mi crecimiento universitario, que no ha sido fácil pero cada uno tuvo su aporte para que yo siga manteniéndome con la convicción de seguir adelante y luchar hasta plasmar mis sueños, no solo en un papel, sino en lo más profundo de mi alma. A mis pequeños Emilio, Xavier, Mathías, Daniela, Mara, María Paula y Amelie que con su dulce compañía me hicieron entender que la niña que está dentro de mí, era la que siempre luchó en contra de la adulta que quería rendirse; pero ahora la niña y la mujer de la mano están conquistando juntas este sueño.

No puedo dejar de agradecer a mis hermanos mayores Fer, Gaby, Pame, Jorge y David por su empuje día a día, gracias a sus consejos y apoyo en todos mis sueños y anhelos. Cada uno con sus capacidades y cariño logro darme la mano para convertir estos 4 años en algo más llevadero.

A mis hermanos Luis Fernando y Martín Sebastián que cada día que pasaba me recordaban de que puedo llegar muy lejos y que todo valdrá la pena. Sin su amor y su motivación nada hubiera sido posible.

No podía faltar en este agradecimiento a mi Tamy, mi prima que es como mi hermana que a pesar de su corta edad me enseñó de que las cosas hechas con amor todo vale la pena, que en el poder está el querer, gracias por haberme acompañado en este proceso maravilloso que es realizar mi proyecto de tesis.

Agradezco a mi amigo Luis Álvaro que con su aporte vehicular y con sus consejos me decía “Celestico falta poco” y así con su alegría y su entusiasmo podía seguir luchando por hacer real, lo que un día lo creí imposible.

A Eri la compañera de casa la que con su amor y sus palabras de aliento todos los días me hacía entender que el peor fracaso es no salir a luchar por lo que se quiere.

A Karina por ser mi apoyo en el trascurso de la carrera y en proyecto de investigación, quien fue la guía para que todo esto se haga posible.

A mis compañeras de universidad que sin su empuje no hubiera podido salir adelante, gracias por hacerme parte de sus vidas, no fue fácil acoplarme a la nueva realidad, pero ustedes fueron clave fundamental para entender que los cambios, significan crecimiento.

A mi gran amiga, mi compañera idónea, de 8 años de hermandad Nicole Jácome, gracias por no soltar mi mano, por su constante apoyo, por sus sabías palabras, por animarme a cumplir mis sueños, y entender el proceso y dándome la fuerza para seguir adelante en todos los aspectos de mi vida.

A mi mascota Princesa, que sin palabras y solo con su compañía ha sabido llenar muchos vacíos, que como humanos a veces no logramos llenarlos.

RESUMEN

El fútbol femenino en Ecuador ha experimentado un crecimiento en los últimos años, aunque todavía enfrenta desafíos en términos de financiamiento, infraestructura y apoyo general. La Liga Femenina de Fútbol de Ecuador se estableció en 2019, con la participación de ocho equipos en su primera temporada. El torneo creció en popularidad desde entonces y en la temporada 2021 contó con la participación de 16 equipos de diferentes partes del país.

Aunque este deporte ha progresado en Ecuador, todavía se enfrenta a desafíos en términos de financiamiento y apoyo en comparación con el equipo de hombres. Sin embargo, hay un creciente interés y apoyo por parte de la sociedad y de las instituciones deportivas para promover el desarrollo del fútbol de las mujeres en el país.

En términos de popularidad y financiamiento, el fútbol masculino es mucho más grande en Ecuador en comparación con el fútbol femenino. La LigaPro Bet593, que es la liga de fútbol más importante del país, cuenta con una gran base de aficionados y una importante inversión económica, mientras que la Liga Femenina de Fútbol de Ecuador todavía está en una etapa temprana de desarrollo.

Los canales de televisión de Ecuador y los medios de comunicación como El Show del Fútbol y Esto es Fútbol, históricamente han dado mayor cobertura al fútbol masculino. Sin embargo, el medio de comunicación Canal del Fútbol da apertura general independientemente del género, esto con el fin de trabajar en la equidad informativa y en la igualdad en el deporte. Finalmente, para fomentar una mayor cobertura y reconocimiento del fútbol femenino en los medios de comunicación, se debe generar mayor visibilidad y reconocimiento de las jugadoras y sus logros esto para la promoción de la igualdad de género en el deporte.

Palabras Claves: Fútbol femenino, Medios de comunicación, Fútbol masculino, Periodismo Deportivo

ABSTRACT

Women's football in Ecuador has seen growth in recent years, although it still faces challenges in terms of funding, infrastructure and overall support. Ecuador's Liga Femenina de Fútbol was established in 2019, with eight teams participating in its first season. The tournament grew in popularity since then and in the 2021 season it featured the participation of 16 teams from different parts of the country.

Although this sport has progressed in Ecuador, it still faces challenges in terms of funding and support compared to the men's team. However, there is growing interest and support from society and sports institutions to promote the development of women's football in the country.

In terms of popularity and funding, men's football is much bigger in Ecuador compared to women's football. The LigaPro Bet593, which is the most important football league in the country, has a large fan base and a significant economic investment, while the Liga Femenina de Fútbol de Ecuador is still at an early stage of development.

Ecuadorian television channels and media outlets such as El Show del Fútbol and Esto es Fútbol, have historically given greater coverage to men's soccer. However, the media Canal del Fútbol gives general openness regardless of gender, this in order to work on information equity and equality in sport. Finally, to encourage greater coverage and recognition of women's football in the media, greater visibility and recognition of the players and their achievements must be generated for the promotion of gender equality in sport.

Keywords: Women's football, Media, Men's football, Sports Journalism

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	13
CAPITULO I	15
CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO.....	15
1.1 Fundamentos Teóricos	15
1.2 Medios de Comunicación	17
1.2.1 Medios digitales	18
1.2.2 Tratamiento de contenido en medios digitales.....	18
1.3 <i>Periodismo Deportivo</i>	19
1.3.1 Origen del periodismo deportivo en el Ecuador	20
1.3.2 Periodismo deportivo femenino	21
1.4 <i>Fútbol femenino</i>	22
1.4.1 Fútbol femenino en el Ecuador.....	22
1.5 Información deportiva de los medios de comunicación	25
CAPÍTULO II	30
METODOLOGÍA	30
2.1. Tipo de investigación	30
2.2. Técnicas e instrumentos	30
2.3. Participantes	31
2.4. Procedimiento y plan de análisis de datos.....	32
CAPITULO III.....	34
RESULTADO Y DISCUSIÓN	34
3.1. Resultados	34
3.1.1. Matriz de Contenido	34
3.2.1. Entrevistas	39
CAPÍTULO IV	44
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
4.1. Conclusiones	44
4.2. Recomendaciones.....	45
REFERENCIAS:	46
ANEXOS	51
Instrumentos de Investigación	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clubes que participaron	23
Tabla 2: Perfiles de los entrevistados	31
Tabla 3: Deporte	35
Tabla 4: Géneros Periodísticos	36
Tabla 6: Reporteros.....	37
Tabla 7: Presentadores	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Paradigma de Laswell	19
Figura 2: Website de ECDF	26
Figura 3: Redes sociales con la marca ECDF	27
Figura 4: Sitio web El Show del Futbol.....	27
Figura 5: Redes sociales - El Show del Futbol	28
Figura 6: Sitio de Youtube – Esto es Futbol	28
Figura 7: Redes sociales – Esto es Futbol.....	29
Figura 8: Deporte	35
Figura 4: Género Periodísticos	36
Figura 7: Reporteros	37
Figura 8: Reporteros	37
Figura 10: Presentadores.....	38

INTRODUCCIÓN

El fútbol es uno de los deportes más reconocidos a nivel mundial y a pesar de la evidente evolución aún se hacen notables una serie de prejuicios en cuanto a roles de género. A nivel general existen varios programas deportivos en los cuales difunden contenidos sobre las principales ligas, siendo estas en su mayoría conformadas por hombres (Jimenez & Castro, 2018)

El fútbol es el deporte más popular del mundo y aún tiene mucho potencial de crecimiento. Según el Ministerio de Deporte (2019) “más del 40 % de la población mundial se autodefine como un hincha o seguidor de algún equipo futbolístico convirtiéndose en un deporte con aficionados en todo el mundo” (pág. 17). Esta disciplina se le conoce como el Deporte Rey porque es considerada el deporte con más aceptación por parte de la población.

Las mujeres en el deporte se vienen involucrando en la práctica de esta actividad desde la época victoriana en Inglaterra desde el siglo XIX. La mujer, para poder participar en esta área debía preparar un discurso en el cual dictaba lo que ellas podían hacer en todos los aspectos de la vida (Ordoñez, 2010).

El primer campeonato de fútbol femenino se realizó en el año 2013 con la participación de 16 equipos, los cuales intervinieron en torneos barriales o de fútbol amateur del país (Cedeño & Tumbaco, 2019).

Por medio de la presente investigación se expondrá varias posturas de profesionales destacados en este ámbito, los cuales explican el tratamiento de la información en los medios de comunicación y de su aporte para potenciar el deporte femenino. Además, el estudio analizará la equidad informativa del fútbol femenino vs el fútbol masculino en los siguientes programas deportivos: El Canal del Fútbol, El Show del Fútbol y Esto es Fútbol, en el periodo de marzo - octubre del 2022.

En Ecuador, el fútbol femenino está logrando un gran avance debido a la ejecución de varios torneos relacionados con esta actividad, mencionando algunos como: la Super Liga Femenina, Copa Libertadores Femenina y la participación de equipos en los juegos Sudamericanos en donde se está logrando plasmar avances que han servido de base para generar conocimiento acerca esta disciplina en el país. (Manangón, R, *et al.* 2022)

En la actualidad, el fútbol femenino a nivel nacional tiene un mediano alcance de notoriedad en los medios. La difusión de contenidos informativos sobre este deporte es deficiente o nula, propiciando el 11% de la participación de la mujer en la actividad deportiva mientras que los hombres ocupan un 89% de las noticias deportivas. (FEF, 2019)

La escasa divulgación por parte de los medios de comunicación del país no contribuye al desarrollo del fútbol femenino y tampoco beneficia al cambio de la perspectiva de la imagen y roles de las mujeres en los medios. Según datos del FEF (2019) únicamente el 12% de las mujeres realizan alguna actividad deportiva.

Cabe mencionar que este deporte presenta una baja cobertura en los medios, inclusive la transmisión de la Super Liga es limitada. Mientras que en la Liga Pro la cobertura fue más notoria.

Chávez (2016) sostiene que las mujeres deben apoderarse de los espacios y no sentir vergüenza de aquello:

Lo que debería existir es un empoderamiento de las mujeres. Si las mujeres demuestran en un espacio público su talento y destreza física es algo que no te puedes avergonzar. Uno de los temas en el espacio del fútbol es la orientación sexual. Una mujer no debería reaccionar al cuestionamiento de su orientación sexual porque el problema no está en lo que le digan, el problema está en que la sociedad piensa que otra orientación sexual está mal (p. 25).

Una de las razones para la el fútbol femenino en los medios de comunicación masivos tiene su origen en lo económico. Para los medios no es rentable la cobertura y transmisión de estos eventos lo que no sucede con el fútbol masculino en donde los costos por derechos de transmisión y las pautas publicitarias son altos lo que para las empresas de comunicación significa un buen negocio.

No existen las mismas oportunidades para las mujeres, pese a que en el Ecuador existe una Agenda Nacional donde se establecen fundamentos sobre la igualdad de género, pero en la práctica deportiva no se da cumplimiento. Esto sin considerar que la promoción del deporte debería considerarse como parte de la misión social de los medios de comunicación.

Para dimensionar la falta de equidad en la cobertura de la información del fútbol femenino con respecto al masculino, desarrollamos la siguiente investigación la misma que consta de cuatro capítulos.

En el capítulo I se desarrolla el marco metodológico donde se exponen varias temáticas como el fútbol femenino a nivel mundial, en el Ecuador, el manejo de información sobre la información de los medios de comunicación, tratamiento de contenidos en medios digitales, el periodismo deportivo y el origen de este en el Ecuador. En esta investigación también se abordará sobre el periodismo deportivo femenino, fútbol femenino y como se creó en el Ecuador, el tratamiento del fútbol femenino en los medios y la Superliga femenina.

En el capítulo II se desarrollará la metodología, las técnicas y sus herramientas. Donde se dará a conocer el tipo de investigación a través de las diversas metodologías de investigación.

En el capítulo III se presentará el análisis de los datos y los resultados obtenidos de la investigación. Asimismo, se expondrá las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

1.1 Fundamentos Teóricos

1.1.1 Teoría de la Aguja Hipodérmica

La Teoría de la Aguja Hipodérmica es un modelo lineal de comunicación de la década de 1920 que sostiene que los mensajes de los medios masivos de comunicación ingresan directamente en la mente de las personas, como si fuera una aguja que ingresa al torrente sanguíneo. (Todo sobre comunicación, 2020)

La Teoría de la Aguja Hipodérmica, también conocida como Teoría Hipodérmica, Bullet Theory o Teoría de la Propaganda surge en el período entre la 1era. Guerra Mundial y la 2da. Guerra Mundial, es decir, entre 1920 y 1930 con el objetivo de estudiar los efectos de la propaganda nazi. (Comunicólogos, 2023)

La teoría tiene como punto de partida a la Primera Guerra Mundial. Luego de estudiar el impacto de la propaganda nazi, sociólogos e investigadores de Estados Unidos y Alemania empezaron a interesarse por los efectos de la propaganda política en la sociedad. El creador y fundador de la teoría hipodérmica fue Harold Laswell, quien sostuvo que la propaganda es uno de los instrumentos más poderosos del mundo moderno. Esta teoría también ha sido influenciada por la Teoría de la Sociedad de y la corriente conductista. De hecho, existe cierta similitud entre el experimento de los perros de Pavlov y la teoría (estímulo causa respuesta). (Todo sobre comunicación, 2020)

Sostiene que la audiencia está compuesta por individuos aislados y atomizados que reaccionan individualmente a las órdenes de los medios de comunicación; es decir, que *“cada miembro del público de masas es personal y directamente ‘atacado’ por el mensaje”* (Wright, 1975, p. 79). Como una inyección o una bala, la información ingresa al sistema de cada uno de los miembros del público objetivo y éste reacciona tal y como se espera. La Teoría Hipodérmica mantenía la premisa que con un mensaje determinado e inyectado a individuos masificados, pasivos y alienados se obtendrían los efectos esperados; es decir, si el objetivo era convencer acerca de determinada idea, la audiencia respondería favorablemente y accionaría en consecuencia. (Comunicólogos, 2023)

La Teoría De La Aguja Hipodérmica propone lo siguiente:

- Los seres humanos reaccionamos de forma uniforme y predecible a los estímulos externos. De hecho, se creía que las personas no podían resistirse a tener ciertos comportamientos ante determinados mensajes. (prr. 10)
- Los mensajes se crean estratégicamente para lograr las respuestas deseadas. (prr. 10)
- Los mensajes de los medios de comunicación se “inyectan” directamente en el “torrente sanguíneo” de una población o sociedad, de forma similar al líquido de una jeringa. (prr. 10)

- Los efectos de los mensajes de los medios de comunicación son inmediatos y poderosos, capaces de causar un cambio de comportamiento significativo en los seres humanos. (pr. 10)
- El público es impotente para escapar de la influencia de los medios de comunicación. (pr. 10)
- Existe manipulación por parte de los medios de comunicación. (pr. 10)
- Los individuos están aislados y atomizados, por lo tanto, no pueden generar nuevas opiniones o juicios sobre los mensajes recibidos. (pr. 10)

Los medios de comunicación tienen la capacidad de generar opiniones en las masas y dejan en evidencia que hay un poder de alcance con el contenido emitido que se inyecta directamente como un mensaje de masas. La teoría de la Aguja Hipodérmica, planteada por Harold Lasswell explica y afirma que los mensajes emitidos por los medios de comunicación de manera directa, inyecta las ideas en las masas, lo cual se puede usar potencialmente para la manipulación de mensajes, de esta manera se podría erradicar progresivamente los roles de género en los deportes. (Céceres, 2021)

Medios especializados en deporte también son generadores de opinión pública; es decir, se convierten en intérpretes de la Teoría de la Aguja Hipodérmica. Varios autores coinciden en que “los medios de masas son determinantes en la percepción que tenemos de los hechos, normas y valores de la sociedad en el momento en que hacen una selección de temas y adoptan un punto de vista que subraya unos aspectos y oculta otros” (Hector, 2004, pág 326).

1.1.2 Teoría de la Agenda Setting

En el mismo conexto, la teoría de la Agenda Setting sirve para entender la influencia que tiene los medios de comunicación sobre las masas, de tal manera que la Agenda Setting, es una teoría que insiste en que los medios de comunicación manejan la información como una agenda, es decir, una serie de prioridades de ahí ellos dan importancia a ciertos temas que consideran de interés. (Abreu, Gil, & Maxwell, 2020)

La Agenda Setting se mide a través de entrevistas dirigidas a presentadores, por lo que también se puede utilizar para promover un punto de vista particular. Al enmarcar los problemas de cierta manera, los medios pueden influir en cómo piensa la gente sobre ellos, es así como “la agenda de los medios podría definirse como la lista de asuntos con cobertura mediática” (Petroni & Facundo, 2009, pág. 10). Este tipo de agendas se ven comúnmente en los medios impresos, divididos por temas de interés o categorías, en donde se encuentra las notas por medio de palabras claves o secciones.

1.1.3 Aldea Global y Conectivismo

En los últimos años, el fútbol femenino ha experimentado un crecimiento y una globalización sin precedentes. A medida que los equipos y las ligas de todo el mundo han

invertido en el deporte y han aumentado la cantidad de partidos televisados, el interés y la participación en el fútbol femenino han aumentado en todas partes.

El conectivismo es una teoría de aprendizaje que destaca la importancia de la conexión y la colaboración en el aprendizaje. En el contexto del fútbol femenino, el conectivismo puede ser una herramienta valiosa para mejorar el rendimiento y la calidad del deporte. (McLuhan & Powers, 2020)

En la actualidad, el fútbol femenino es cada vez más conectado y globalizado. Las jugadoras de élite viajan por todo el mundo para competir en diferentes ligas y torneos, y las redes sociales y los medios de comunicación permiten que los aficionados sigan y apoyen a sus equipos favoritos desde cualquier parte del mundo.

Además, las herramientas de análisis de datos y la tecnología han permitido una mayor colaboración y conexión entre entrenadores y jugadoras. Por ejemplo, los entrenadores pueden utilizar datos y estadísticas para identificar las fortalezas y debilidades de las jugadoras y crear estrategias más efectivas para el equipo. Asimismo, la tecnología también permite a las jugadoras conectarse y compartir información con otras jugadoras y entrenadores en todo el mundo (Gendreau, 1997)

En definitiva, el conectivismo puede ser una herramienta poderosa para mejorar el fútbol femenino y llevarlo a un nivel superior. Al fomentar la colaboración y la conexión entre jugadoras, entrenadores y aficionados de todo el mundo, podemos construir una verdadera aldea global del fútbol femenino, en la que todos puedan aprender y mejorar juntos.

1.2 Medios de Comunicación

De acuerdo con Thomson (2019), los medios de comunicación son los que se encargan de la producción institucionalizada y difusión generalizada de bienes simbólicos mediante la fijación de la trasmisión de información o contenido simbólico, en este sentido, este autor refiere que esta institución ejerce un poder dominador basado en el poder simbólico definido como “el que procede de la actividad productiva, transmisora y receptora de formas teórica significativas” (pág. 5), encargado en cultivar y sostener la creencia de la legitimidad en sus decisiones y su razón de ser, estrechamente relacionados con la condición humana.

Esto quiero decir que existen varias instituciones paradigmáticas en donde se reproduce el poder patriarcal público como privado, presente en los contenidos trasferidos; por ejemplo, las instituciones educativas detallan contenido simbólico sobre las habilidades, competencias y conocimientos. (Thomson, 1998).

Abreu, Gil y Maxwell (2020), aseveran que los medios de comunicación son aquellos instrumentos por medio de los cuales se transmite información y mensajes a una determinada audiencia, destacando temas de importancia a nivel local, nacional e internacional; cuyo contenido son seleccionados por los creadores de contenido y diseñado por los

comunicadores sociales, de acuerdo con los intereses de los grupos que ostentan el poder. Además, la comunicación comprende el acto fundamental del ser humano como ente social. Adicionalmente, los medios de comunicación permiten compartir a la sociedad los diferentes temas de interés, así como también mostrar al mundo competencias, habilidades y conocimientos a gran escala en tiempo y espacio. (Hector, 2004, pág 326).

Es importante señalar que los medios de comunicación pueden ser alternativos o tradicionales; los primeros hacen referencia a los que implican el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), esencialmente de manera digital y por tanto son transmitidas mediante el Internet; por otro lado, los tradicionales sugieren a la prensa escrita, canales de televisión y radio, mismos que son indispensables para comunicar las actualizaciones del mundo deportivo, acorde a las leyes y normas vigentes en el país que lo emite. (Céceres, 2021)

1.2.1 *Medios digitales*

Salaverría & Martínez (2021), manifiestan que la transformación del periodismo más rápida de la historia de ha evidenciado en los últimos 25 años, ha sido un cambio de forma y fondo. Algunos autores lo señalan también como la revolución periodística, en el mismo sentido, pero con otros términos, otros autores simplemente prefieren llamarla evolución periodística; de cualquier manera, es real cuando en la actualidad se conoce que mediante los dispositivos digitales es mucho más accesible y rápido poseer información actualizada y real.

En las últimas décadas aparecen los denominados “medios digitales¹” que son aquellos que se fundamentan en las TIC, es decir; la comunicación digital es un proceso de desarrollo por medios comunitarios como vía para la reflexión y transformación de contextos sociales y territoriales. (Hernández & Chaguaceda, 2013, pág. 63)

Según Acosta (2017), los medios digitales comprenden la esencia y por tanto la razón del periodismo. En el siglo XXI y finales del siglo XX se incluye los portales y sitios web informativos, que son administrados por comunicadores independientes, cuyo interés es ofrecer a la audiencia contenidos con diferentes perspectivas, formato y en algunos con mayor profundización en la investigación de las historias porque no se sujetan a la inmediatez debido a que las características principales es proporcionar información independiente con un enfoque distinto, son los que han adquirido mayor accesibilidad y protagonismo gracias al avance de las TICs.

1.2.2 *Tratamiento de contenido en medios digitales*

Los medios de comunicación digitales en el Ecuador cuentan con diferentes líneas editoriales, organización y diagramación al momento de redactar y difundir información en sus plataformas web. Pese a que el tratamiento del contenido en cada uno de estos canales es heterogéneo, la mayoría tienen la misma estructura, de esta manera se establece las principales características de una nota web. (Cantos & Cumba, 2018)

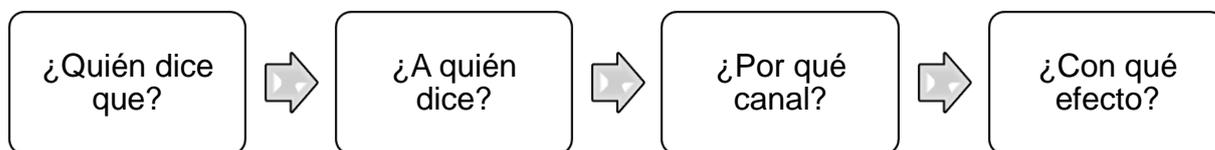
En relación al análisis de los contenidos de medios digitales, se utilizará una matriz que se enfocará en el modelo de comunicación de Lasswell la teoría de la Aguja Hipodérmica para hacer la comparación de las notas periodísticas realizadas en un periodo de marzo a septiembre del 2022, que hayan sido publicadas por los medios de comunicación especializados en deporte como El Canal del Fútbol, El Show del Fútbol y Esto es fútbol.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que la teoría de la Aguja Hipodérmica ha sido criticada por simplificar demasiado la relación entre los medios de comunicación y la audiencia. La influencia de los medios de comunicación en la audiencia es compleja y está influenciada por muchos factores, como el contexto social, cultural y político. Además, los individuos tienen sus propias interpretaciones y filtros de los mensajes de los medios, lo que puede afectar la forma en que son influenciados. (Martinez, 2012)

En el caso del fútbol masculino y femenino, la cobertura mediática podría ser un factor que influya en la percepción de la audiencia sobre ambos deportes, pero también hay otros factores que podrían influir en las actitudes y creencias de las personas, como la educación, la experiencia personal y la cultura en la que se encuentran. Por lo tanto, es importante analizar la relación entre los medios de comunicación y el fútbol masculino y femenino en un contexto más amplio y complejo. (Acosta, 2017)

Figura 1: Paradigma de Lasswell

Paradigma de Lasswell



Nota. Figura adaptada de Lasswell (Lasswell, 1948) por María Celeste Oña.

1.3 Periodismo Deportivo

El periodismo deportivo es una especialidad periodística de relevancia social, ha sido la selección de prensa cuya audiencia aumenta; es decir, sus contenidos son cada vez más demandados por lectores, oyentes, televidentes y cibernautas en el mundo y al mismo tiempo son los que trae patrocinio de diversas marcas (Remache, 2019).

Ruíz, (2014), enfatiza que la profesión del periodismo puede entenderse como del conocimiento, debido a que actualmente se vive en una sociedad del conocimiento, permitiendo a los seres humanos avanzar de las ciencias y superar cualquier obstáculo que se le presente; ahora bien, desde la perspectiva sociológica el saber funciona como la piedra angular del funcionamiento de las sociedades y si se entinde el conocimiento compartido, se pasa a constituir el fudnamiento de la comunicación e información en la sociedad.

En la comunicación existen varias teorías que abarcan los géneros periodísticos. La noticia y redacción, son las principales fuentes de información además del lenguaje que se debe desarrollar en esta área, así como la consideración de los códigos deontológicos y éticos.

Según Martinez, (2012), uno de los fundamentos más relevantes es la teoría periodística, destacando a la redacción como el arte de escribir textos infomativos. También, este concepto abarca muchas más funciones como la de comprender, relacionar datos, complementar información, atender a los criterios y reglas ortográficas y de redación que otorguen el escrito la solemnidad y desarrollo coherente de ideas.

Según definición de Josep María Cacasús (1988,11), la “Redación Periodistica”:

Es el estudio de los procedimientos de selección y valoración de hechos e ideas, y de las formas de expresión y de las estructuras externas e internas que adoptan los mensajes informativos de actualidad y las unidades redaccionales periodísticas en general, al ser canalizadas a través de la prensa escrita y demás medios de comunicación (p.218).

El redactor debe de tomar en cuenta la estructura de la audiencia que leerá la información que se reporta en los escritos, y de los mensajes que se trasmite a esa colectividad, puesto que, y según lo reporta una extensa literatura, lo que se emite en medios informativos posee un impacto directo en la sociedad que representa.

1.3.1 Origen del periodismo deportivo en el Ecuador

La historia del periodismo deportivo comienza en 1949 con la mercantilización del deporte (predomina de los beneficios económicos sobre la actividad deportiva) y del fútbol. El 25 de diciembre de 1931 se transmitió la primera señal de radio en Quito en la Voz de los Andes; la primera transmisión deportiva cubrió el VI Campeonato Sudamericano de Natación que se realizó en Lima en 1938.

El periodismo deportivo es aquel que es ejercido a través de la expresión deportiva, o sobre acontecimientos deportivos, como campeonatos de una determinada disciplina deportiva. En este sentido Martínez, (2012), destaca que dentro de las características del periodismo esta la claridad en la emisión y descripción, redacción de los hechos concretos, atendiendo realmente a la ubicación y a todos los detalles del hecho, a quienes involucra y el tiempo y espacio en el cual se desarrolló.

Los medios de comunicación radiales como el Telégrafo y Ondas del Pacífico fueron las que cubrieron dicho evento y es así como se dio el inicio al proceso del periodismo deportivo en el Ecuador. El deporte empezó a surgir a la par con el desarrollo de la radio en Ecuador, los primeros periodistas deportivos venían de países donde el fútbol ya era parte de su cultura, como Argentina o Brasil. (Costa, 2016, pag. 24)

En este orden de ideas, el lenguaje del periodismo debe tener claridad, coherencia, concisión en el hecho, secuencia lógica de ideas, relevancia, pero sobre todo ética en el tratamiento de la información, puesto que todo ejercicio responde a criterios de veracidad y certeza en los hechos.

En Quito, el periodismo deportivo apareció a partir de los 50 años como un aspecto importante dentro de la comunicación y desde ese entonces se incrementa el interés por estudiar e investigar el fútbol, la narración y la redacción deportiva.

Los periodistas Blasco Moscoso Cuesta y Alfonso Laso Bermeo fueron los que dieron paso al periodismo en la capital del Ecuador. Estos profesionales estuvieron veinte años en la televisión; en 1960 fundaron el programa Ronda Deportiva en el canal 4 (Teleamazonas) que en ese entonces se llamaba Ventana de los Andes, este programa en 1970 se pasó al canal 8 (Ecuavisa) hasta 1993.

En 1953, Blasco Moscoso y Pancho Moreno fundaron la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha, de igual forma el narrador Alfonso Laso empezó su trabajo como narrador en la Radio Gran Colombia, para luego incorporarse en Radio Quito y luego fundar su Radio “La Red” (Paredes & Sierra, 2011, pag. 32).

1.3.2 Periodismo deportivo femenino

De acuerdo con González y Sora (2013), el periodismo deportivo es considerado como un avance en el tema del comentarismo, que desde la década de los años 70 había tenido gran auge, diversos países fueron incorporando en sus espacios a la mujer como elemento de importancia en relación al seguimiento de partidos y juegos importantes. Así, gracias a ello la mujer fue posicionándose como comentarista deportiva, en los partidos que generalmente estaban cubiertos por comentaristas y jugadores masculinos.

Países como Argentina y Venezuela habían tenido un protagonismo muy importante en esta área de cobertura deportiva, es allí que en Argentina el periodismo tiene sus orígenes en el Río de la Plata, donde se daba, no como práctica profesional, sino como una actividad popular (López & Hernán, 2019).

La tardía inserción de las mujeres en el ámbito deportivo, ocasiona en la actualidad que sigan siendo objeto principal de un trato desigual frente a sus colegas hombres. Sin embargo, las mujeres periodistas no han dejado de estar en una lucha constante para lograr un espacio igualitario en un ámbito que ha estado plenamente dominado por el hombre. En

este caso en particular las periodistas deportivas ecuatorianas, han logrado demostrar que no es suficiente tener belleza física para lograr ser respetadas en un espacio tan cotizado como el fútbol. (Pilca & Chávez, 2018)

Para generar respeto, las mujeres que son periodistas deportivas han tenido que demostrar aptitudes para el trabajo, así como responsabilidad y propuesta; dado que la prensa deportiva es una profesión que requiere de una continua preparación, lo que significa que ellas han estado permanentemente revisando reglamentos, evaluar sanciones, analizar estrategias de juego, analizar la conducta de los jugadores, directores técnicos, a nivel nacional, sino internacional. (Arellano & Salazar, 2020)

Agregado a esto ellas realizan constantemente la información de todos estos puntos tanto las del pasado como las del presente, para así dar una opinión comparativa de estos datos aprendidos; la unión de todos estos aspectos demuestran que ser una comentarista deportiva conlleva muchas más cosas que solo un aspecto físico (Arellano & Salazar, 2020).

1.4 Fútbol femenino

Anteriormente, se consideraba que el fútbol era un deporte exclusivo para los hombres, pero al transcurrir los años, este deporte se ha hecho más común en las mujeres, a varias les apasiona, pero no pueden dedicarse a ello como una profesión porque no hay apoyo que necesitan para poder solventar los gastos (Andrade, 2020, pag, 27).

Por mucho tiempo se buscó que se forme una liga profesional de fútbol femenino. “Las grandes marcas que generalmente financian a los torneos y a los clubes, no ven a esta disciplina como negocio y en ese sentido el fútbol femenino no les resultaba rentable, por el simple hecho de que Ecuador no tiene una liga permanente” (Andrade, 2020, pag, 27)

Diversas son las causas para que el fútbol femenino no haya podido crecer, entre las que se podría mencionar al machismo como principal causa por un trato desigual, discriminatorio y sexista, ya que aún persiste el criterio de que solo los hombres pueden jugar; si una mujer se destaca en este deporte es catalogada con el término de “machona”. Muchas han desertado del deporte, por el temor de ser discriminadas por parte de los hombres, incluso han tenido que lidiar con su mismo género, mujeres que creen y crecieron con la idea que el fútbol es un deporte brusco que solo debe ser jugado por los hombres (Andrade, 2020).

1.4.1 Fútbol femenino en el Ecuador

La primera aparición del fútbol femenino en el Ecuador se dio en 1932 tras la fundación del primer equipo denominado Club Guayas que estuvo integrado por Judith Artera, Isabel Verdaguer, María Arellano, Maruja Agurto y otras participantes quienes

colaboraron en dos partidos contra el equipo femenino de Barcelona que fue conformado enseguida, no obstante, por la falta de competición y presencia de conceptos errados, ambos clubes se desintegraron. (Astudillo, 2009).

Varias décadas después, bajo la iniciativa del Ministerio de Deporte y el respaldo de la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF), se organizó por primera vez, el primer Campeonato Nacional de Fútbol Femenino en el año 2013.

En el recuento, fueron dieciséis equipos de nueve provincias que decidieron participar en este torneo nacional que se le denominó Campeonato Ecuatoriano de Fútbol Femenino, el cual fue calificado por muchas jugadoras como el “inicio de un sueño”; estos equipos se vienen desarrollando en el plano barrial o amateur por 15 y hasta 20 años.

Tabla 1: Clubes que participaron

Equipo	Ciudad
Grupo Siete	Manabí
Unión Española	Guayas
Rocafuerte	Guayas
Siete de Febrero	Los Ríos
Unión	Los Ríos
Cruz del Sur	Napo
Quito FC	Pichincha
Las Palmas	Santo Domingo
Espuce	Pichincha
San Francisco	Pichincha
LDU Quito	Pichincha
La Troncal Unidas FC	Cañar
Nuevas Estrellas	Esmeraldas
Cumandá	Pastaza

Conaviro

Guayas

Alianza

Guayas

Nota. Los datos fueron obtenidos de Federación Ecuatoriana de Fútbol-2013

Este Campeonato de Fútbol Femenino 2013 otorgó un boleto a la Copa Libertadores Femenina de ese año y se inició con una inversión de USD 189.198 por parte del Ministerio del Deporte, comprendiendo uniformes, cuerpo técnico, arbitraje, movilización, alimentación, hospedaje, carnetización, seguro para deportistas, implementos deportivos, premiación, vocalías e inspectores. (Peñaloza, 2017, pag, 24)

Bajo la Comisión Nacional de Fútbol Aficionado (CONFA) el fútbol femenino comenzó a tener un organismo oficial que lo represente dentro de la Federación Ecuatoriana de Fútbol y que principalmente se encargue de la organización de los Campeonatos femeninos oficiales en el país, es así que en el año 2014 ocurrieron los grandes logros como un nuevo Campeonato Nacional Femenino teniendo un formato similar del masculino con 12 equipos participantes en la Serie A y la mismas cantidad de equipo para la serie B (Balompie Ecuador, 2014, pag, 24)

Desde el 2016 se ha creado nuevos equipos de fútbol, en donde las empresas generan apoyo constante a estos clubes con los recursos necesarios para su funcionamiento y desarrollo. No obstante, existen algunas perspectivas que se han puesto de manifiesto en investigaciones como la falta de equivalencia entre hombres y mujeres, lo que trajo como consecuencia que se desarrollaran movimientos y enfoques desde empresas privadas y públicas a fortalecer también al fútbol femenino ecuatoriano (Balompie Ecuador, 2014, pag, 24)

El Club deportivo Ñañas inició su actividad deportiva el 1 de febrero de 2016, este club fue fundado por Fernanda Vásconez, quien, para poder crear este equipo, hizo un estudio de mercado que tuvo un tiempo de seis meses. Ñañas es una palabras kichwa y es un vocablo positivo la cual trae buenos recuerdos a las personas y lo que se requiere que este club deportivo siga creciendo y en tan solo 3 meses de competencia consiguió 2 ascensos: de la segunda categoría pasó a la serie B y luego escaló a la serie A.

El equipo cuenta con cuerpo técnico completo quienes dan mayor relevancia a la integración entre las deportistas (Andrade, Análisis estratégico comunicacional para promover una equidad de género en las escuelas formativas del Club de fútbol femenino Ñañas en la ciudad de Sangolquí, 2020).

Por consiguiente, algunas jugadoras se han destacado en estos juegos, subsistiendo a pesar de las dificultades que han tenido que sortear en el camino de este deporte, existen algunos datos que reportan que lo que a juicio de las jugadoras significa el fútbol para ellas, y se puede señalar que estas exponen que: “Realmente son estos dos espacios los que están impulsando el fútbol femenino en el país; y que las mujeres desde siempre se han sentido

motivadas a practicar fútbol, aunque han hecho falta instituciones que hagan esta afición” (Carrión, 2019, pág. 144).

Es evidente que el balompié aporta novedosas experiencias, sentimientos, así como relaciones sociales a las jugadoras, despertando un gusto que ellas consideran una pasión. Bajo esta idea, este deporte permite a las mujeres “involucrarse en procesos de cambio, en su realización personal, y también en la ruptura de viejos paradigmas y mitos” (García, 2015, pag. 25)

Finalmente se puede considerar que existen diversos estigmas referentes a las futbolistas femeninas producto de los prejuicios sociales. Existiendo muchos enfoques que se han detenido a tratar este tema específico, sin embargo, cada vez más se ha debatido y avanzado en función de mejorar y aceptar culturalmente a los grupos y clubes de fútbol femenino.

1.5 Información deportiva de los medios de comunicación

El desarrollo científico de la sociología del deporte ha dado lugar a diversos estudios desde la perspectiva de la igualdad de género. En concreto, se han abierto y desarrollado ocho grandes áreas de análisis: medios de comunicación, educación social, historia social, orientación e identidad de género, deporte y físico, práctica deportiva, psicología social y gestión deportiva (Piedra, 2018)

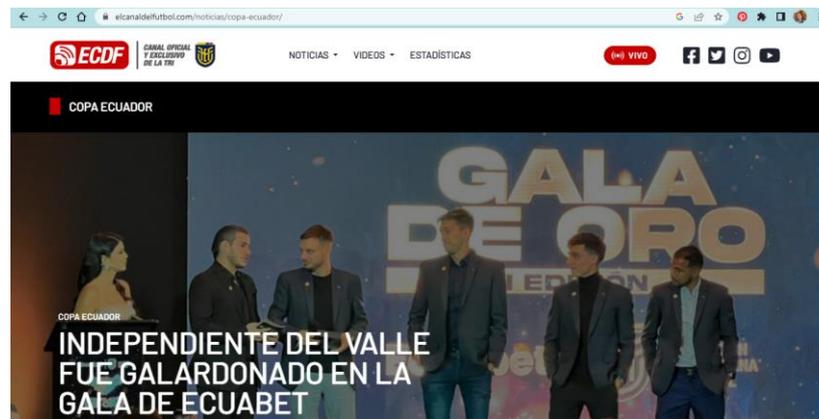
En referencia con uno de los enunciados anteriormente expuestos, los medios de comunicación son fundamentales para la gestión del deporte ya que es una herramienta básica para alcanzar los objetivos de los deportistas, las entidades deportivas, los clubes y los dirigentes (Ballesteros, 2014). Es explicar, que los medios de comunicación son los encargados de gestionar, promocionar y mantener en auge los deportes a través de la programación deportiva, en radio, prensa y televisión.

Cabe recalcar que el porcentaje de horas dedicadas a programas deportivos y de fútbol varían de acuerdo con cada canal, por lo general es media hora al final durante las emisiones centrales, sea en la mañana, medio día y en la noche, sin embargo, pueden retransmitirla a medianoche. (Grijalva & Paz, 2021)

1.5.1 El Canal del Fútbol

El Canal del Fútbol ECDF (2023) es un servicio en línea que ofrece a sus usuarios acceso a Contenido que se transmite vía streaming por Internet a ciertos dispositivos. Una transmisión como solo los ecuatorianos saben hacerlo, con la mejor producción en vivo 24/7, un contenido inédito que te actualiza en el mundo del balompié ecuatoriano, donde se vive una experiencia futbolera, transmitimos y produciendo el único torneo donde la democracia juega al fútbol: Copa Ecuador, la nuestra, la de todos.

Figura 2: Website de ECDF

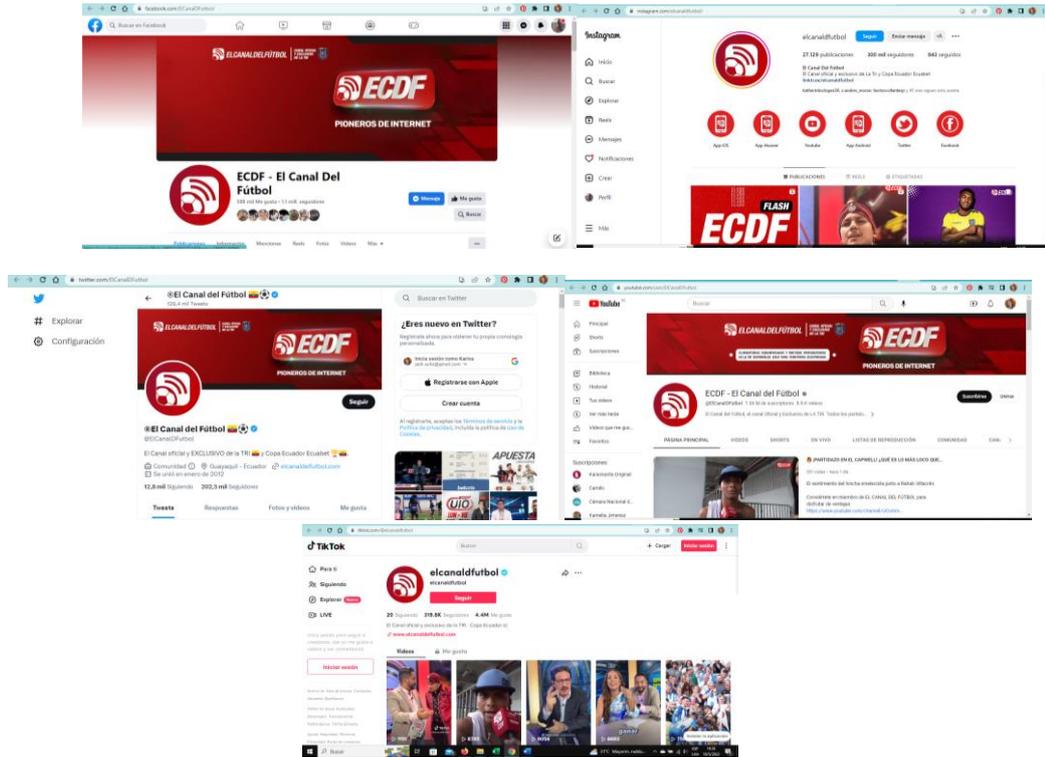


Como políticas del servicio, el ECDF (2023), se reserva el derecho, a su absoluta y exclusiva discreción, de hacer cambios en cualquier momento y sin notificación, sobre la forma en que se manejan los Servicios, por lo que las descripciones de cómo funciona el Servicio no deben considerarse como una declaración u obligación respecto a cómo funcionará siempre.

Al momento de acceder a este servicio, se puede ver los partidos vía web en su computadora, iPad, iPhone, cualquier teléfono celular con sistema operativo Android, o Windows Mobile, y una conexión a internet (ADSL, Fibra Óptica o 3G) de 2mbps o más. Además de tener disponible la aplicación de El Canal del Fútbol para Android y para iOS. Como limitante a la visualización de contenidos, al entrar a ver los contenidos de El Canal del Fútbol en un nuevo dispositivo, su sesión en el dispositivo anterior será cerrada, esto con la finalidad de proteger su cuenta de accesos no autorizados (ECDF, 2023).

Como medio de comunicación digital, ECDF mantiene presencia en redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok; además de Youtube y Twitter.

Figura 3: Redes sociales con la marca ECDF

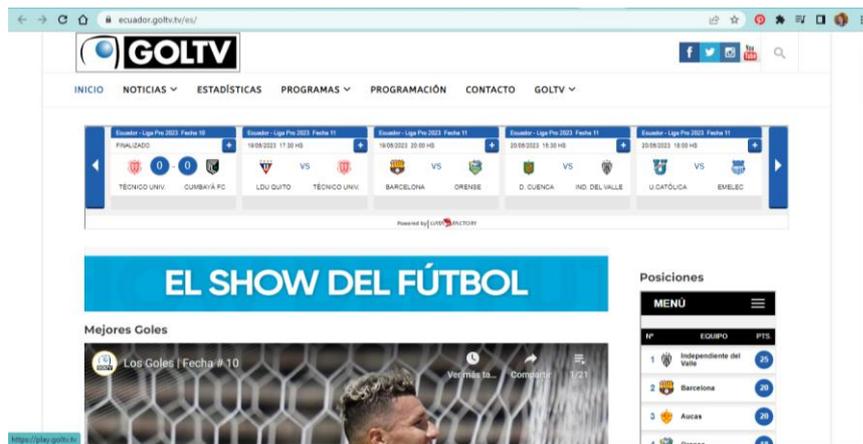


NOTA: A la izquierda superior Facebook, A la derecha superior Instagram, a la izquierda centro se ubica Twitter, a la derecha centro se ubica Youtube, en la parte inferior se encuentra la cuenta de Tik Tok de ECDF.

1.5.2 El Show del Fútbol

Según información proporcionada por el sitio web de Gol TV, el Show del Fútbol es un programa de debate iniciado en el 2009 pero con una reactivación en el 2019. Su principal objetivo es el debate sobre la jornada del fútbol ecuatoriano, además de análisis, entrevistas, seguimiento a jugadores, mejores jugadas y las polémicas en cada partido.

Figura 4: Sitio web El Show del Futbol



Mantiene presencia activa en varias redes sociales como Facebook (<https://www.facebook.com/ecuadorgolte/>), Instagram (<https://www.instagram.com/golteecu/>) y twitter (<https://twitter.com/golteecu>).

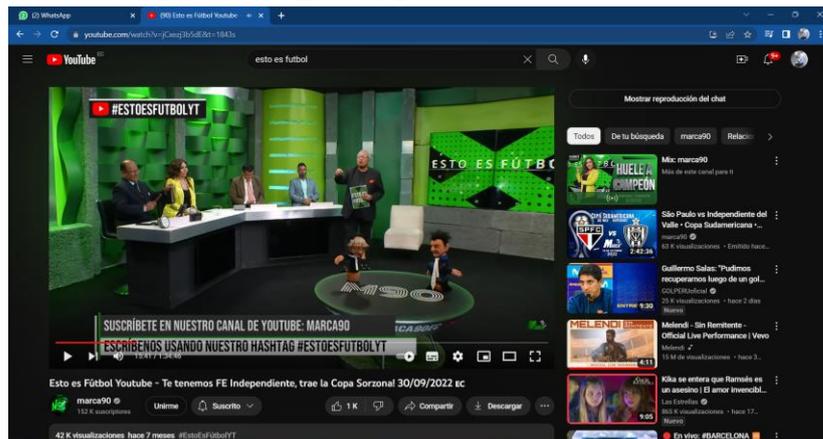
Figura 5: Redes sociales - El Show del Futbol



1.5.3 Esto es fútbol

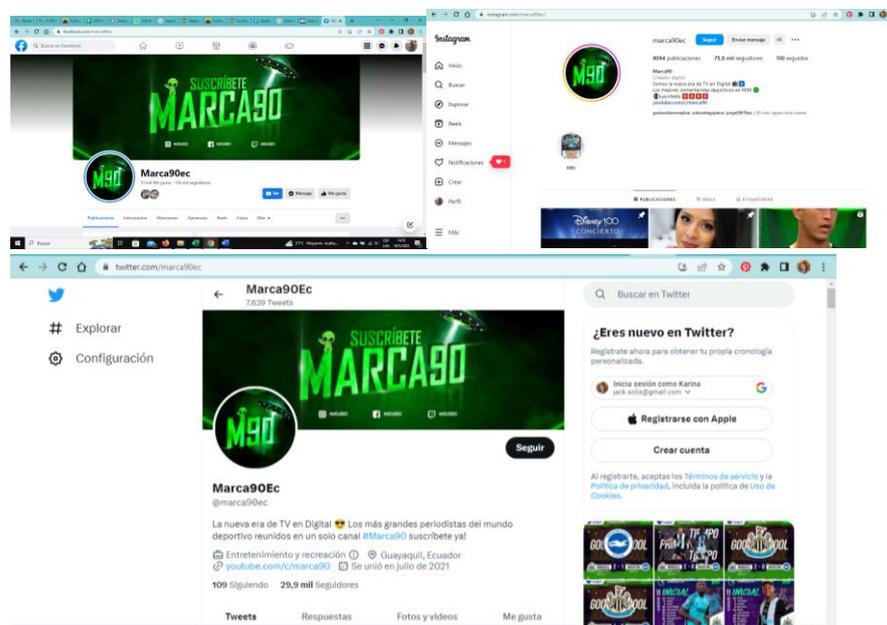
Esto es fútbol, es el programa deportivo del momento, compuesto por 11 periodistas para desarrollar este espacio en Youtube que ya suma más de 90.000 suscriptores, bajo la Producción de Gujoal Producciones con Derechos Reservados desde el 2021 (Expreso.com; Estoesfutbol.com, 2023).

Figura 6: Sitio de Youtube – Esto es Futbol



Actualmente mantiene presencia en sus redes sociales: Facebook (<http://facebook.com/marca90ec>), Twitter (<https://twitter.com/marca90ec>) e Instagram (<https://www.instagram.com/marca90ec>). Sus redes sociales se manejan para el seudónimo de Marca90ec.

Figura 7: Redes sociales – Esto es Futbol



La proyección de crecimiento de este canal digital ya incorpora un podcast en Spotify.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Dentro de la investigación se analizó los medios televisivos especializados en deporte la cual sus programas son subidos a su canal de YouTube. El tiempo que se estudió cada medio de comunicación es 7 meses. La investigación se realizó desde marzo del 2020 a septiembre del mismo año. Los medios para realizar los monitoreos son: El Canal del Fútbol, El Show del Fútbol y Marca 90 ya que estos propician información deportiva.

Se escogió los tres medios de comunicación porque no se caracterizan por difundir información polémica o ver información falsa o dañina, esto se da con el fin de un estudio de muestreo de información.

La investigación cuantitativa es la que recoge y analiza datos cuantitativos sobre las variables, según (Pita & Díaz) “La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para inferencia a una población de la cual todas muestra procede” (2002, pág., 1).

La investigación cualitativa es la idea de la imposibilidad de un conocimiento de la realidad ya que esta implica una intervención clara donde la persona es observadora. El autor (Urbina, 2020) define que La investigación cualitativa por definición se orienta a la producción de datos descriptivos, como son las palabras y los discursos de las personas, quienes los expresan de forma hablada y escrita, además, de la conducta observable

Se ha detectado que el uso que se les dá a los métodos en forma combinada tiene también sus desventajas, entre esas está que la combinación puede resultar costosa ya que implica más tiempo y en otros casos excesivo. (Medina, 2001).

Ambos métodos tienen como diferencia fundamental que, el método cuantitativo estudia la relación de variables cuantificadas y la cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, el sistema de relaciones y la estructura dinámica.

2.2. Técnicas e instrumentos

En la investigación se realizó una matriz de contenido y entrevistas con el fin de tener los respaldos suficientes para tener más claro cómo se maneja en fútbol femenino en la sociedad que les guste el fútbol y en los profesionales especializados en el periodismo deportivo.

La entrevista es una herramienta fundamental dentro de cualquier investigación porque constituye un apoyo en todas las investigaciones cualitativas, dando con el objetivo de recopilar datos con el fin de conocer los detalles de la investigación. Este instrumento se utiliza con el fin de tener un dialogo abierto entre dos personas, donde una de ellas realiza

un conjunto de interrogantes a otras sobre un tema determinado y esta responde de conformidad a su criterio y conocimiento. (Sampieri, 2015).

La encuesta se define como el conjunto de elementos de los que necesita conocer y determinar todas las características, de esta manera se afirma que una investigación puede tener como fin el estudio de un conjunto numeroso de objetos, personas y documentos.

2.3. Participantes

Tabla 2: Perfiles de los entrevistados

FOTOGRAFÍA	NOMBRE	PERFIL
	Alberto Astudillo	<p>Periodista deportivo ecuatoriano. Ha ganado gran reconocimiento por su puesto en Teleamazonas y por su programa radial, “La Parola” en Majestad FM. Es una persona con muchas metas y proyectos, un amante fiel de la disciplina la cual ha sido su trayecto de vida para lograr el éxito que tiene hoy en día, además, es un activista de corazón cuya pasión para moverse día a día es el deporte y su amor hacia los animales.</p>
	Sergio Tufiño	<p>Licenciado en Comunicación, ramas del periodismo en las que ha trabajado: político, social y deportivo en medios de comunicación como Primicias, QAS Multimedia y Radio Positiva 860 AM. Creó la página Pasión por las Gradadas.</p>



Angie Mora

Actual delantera de la división femenina de El Nacional, de 21 años de edad inició desde muy pequeña en un pueblo llamado Lita vía San Lorenzo a jugar fútbol de barrio y no precisamente con chicas, sino con chicos quienes la integraban a sus equipos para realizar las diversas competencias de barrio.



Nayeli Ullaguari

En el 2019, formó parte del club Dragonas IDV sub 16 en el campeonato COPA DE DESARROLLO DE FUTBOL FEMENINO organizado por La CONMEBOL Y LA FEF. Titular en todos los partidos anotando 12 goles. También en el 2021, 2021- Forma parte del Club Profesional de fútbol ESPUCE, llegando a los octavos de final PLAY OFF del torneo de máxima categoría: Superliga femenina del Ecuador. En el 2022 fue contrada para en la CATÓLICA y sigue en el equipo.

2.4. Procedimiento y plan de análisis de datos

Una vez realizado el análisis cuantitativo y cualitativo de la investigación se obtuvo varios resultados a través de observación de datos los cuales se los procesó a través de una hoja de Excel con el fin de dar monitoreo a los medios de comunicación especializados en deporte como, El Show del Fútbol, Canal del Fútbol y Esto es Fútbol. Las variables partieron desde la diferenciación de si la noticia es profunda, de investigación o simplemente recae en el registro noticioso. Dentro de estas inconstantes, se estudió en cada caso el origen de la noticia sea nacional o internacional. Se va analizó si solo es fútbol masculino o fútbol

femenino. También se observó el género periodístico, si es noticia, entrevista, reportaje, perfil. Se consideró también la opinión de los presentadores sea buena o mala.

Además del monitoreo se realizó entrevistas a profundidad a distintos periodistas deportivos y futbolistas, y de esta manera se explicó el punto de vista de cada uno de los resultados obtenidos del monitoreo.

CAPITULO III

RESULTADO Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados

En este capítulo se presenta el análisis de datos obtenidos durante el periodo de marzo a septiembre del 2022 sobre la equidad informativa del fútbol femenino y masculino en los medios de comunicación especializados en deportes.

Se utilizaron entrevistas y análisis de contenido para recopilar la información necesaria. Se entrevistó a cuatro personas con experiencia y experticia en el manejo de la información deportiva y en la práctica del fútbol femenino, entre ellos a Alberto Astudillo, presentador de Teamazonas; Sergio Tufiño, fundador del medio de comunicación online Pasión por las Gradadas; Angie Mora, jugadora del equipo El Nacional y Nayeli Ullaguari, jugadora del equipo de la Universidad Católica. Ellos analizaron y explicaron los procesos informativos del fútbol femenino, así como las falencias existentes para una cobertura más equitativa en los espacios informativos. La selección de los entrevistados se hizo en base a su experiencia y conocimiento en el ámbito deportivo y como futbolistas mujeres. Su experticia y profesionalismo permitió tener una base sólida para sustentar el proceso, analizando conscientemente sus ponencias y contextualizando criterios asertivos en esta investigación.

3.1.1. Matriz de Contenido

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Durante el periodo de marzo a septiembre del 2022 se analizó de los medios de comunicación especializados en información deportiva: Show del Fútbol, Canal del Fútbol y Esto es Fútbol. El objetivo de este análisis fue verificar si estos programas mostraban la misma equidad informativa al abordar la información sobre el fútbol masculino y femenino. Estos medios televisivos, transmitidos a través de la red social Youtube, fueron seleccionados por su alta sintonía en los años 2022 y 2023, así como por contar con panelistas expertos en el periodismo deportivo y una alta interacción en redes sociales. Cada uno de estos medios maneja un contenido diferente, pero con la misma convicción de informar y entretener al público.

Variables de la matriz de contenido

Tabla 3: Deporte

	FÚTBOL FEMENINO	FÚTBOL MASCULINO
EL SHOW DEL FÚTBOL	0	137
EL CANAL DEL FÚTBOL	8	96
ESTO ES FÚTBOL	0	109

Figura 8: Deporte



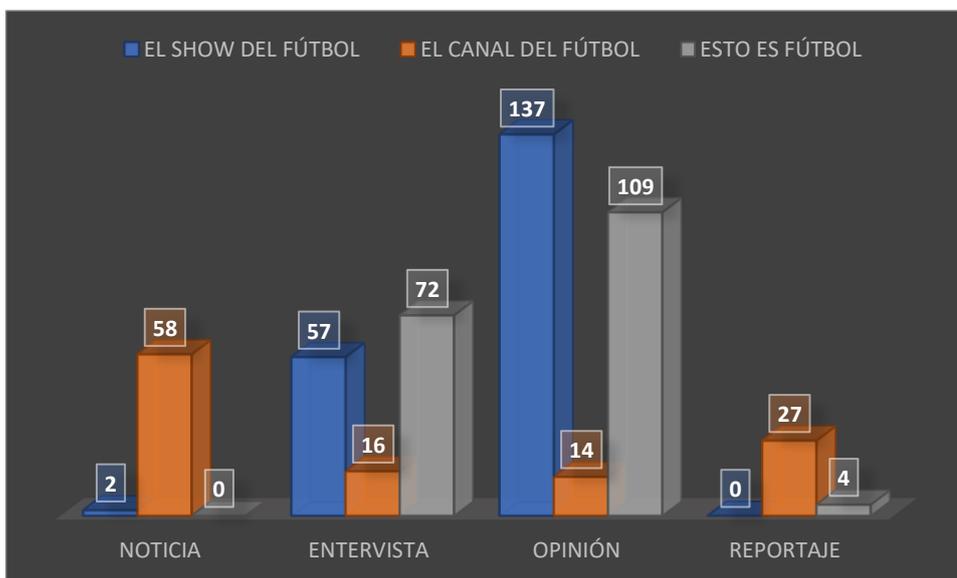
Con respecto en la variable del deporte se analizó la cantidad de contenido que generaban los medios de comunicación sobre el fútbol masculino y el fútbol femenino, esto a través de la observación realizada en los programas de marzo a septiembre del 2022. En los medios, se evidenció que el tema de fútbol masculino tiene más relevancia que el fútbol femenino, este último es menor al 1% de coberturas o de contenidos informativos a la audiencia.

Estos resultados ratifican lo que menciona (Morel & Contrera, 2019), que la fascinación deportiva y su popularidad están centradas principalmente en el fútbol masculino, mientras que el fútbol femenino esta iniciando y se encuentra buscando una mayor apertura y acogida. Situación que, si deja una interrogante, el por qué si hablamos de equidad de género, se debería igual dar igual importancia no solo al futbol femenino, sino también a todas las disciplinas deportivas que se practica y se destacan las mujeres; queda la incertidumbre de concienciar al periodismo deportivo para que se releve la importancia al deporte practicado por las mujeres.

Tabla 4: Géneros Periodísticos

GÉNERO PERIODISTICO	NOTICIA	ENTREVISTA	OPINIÓN	REPORTAJE
EL SHOW DEL FÚTBOL	2	57	137	0
EL CANAL DEL FÚTBOL	58	16	14	27
ESTO ES FÚTBOL	0	72	109	4

Figura 9: Género Periodísticos



Con respecto al género periodístico, los resultados demuestran que se evidenció que los programas especializados en deporte como el Show del fútbol y Esto es Fútbol que manejan su contenido a través del género de opinión, seguido de la entrevista; sin embargo, el medio de comunicación El Canal Del Fútbol el análisis arroja que prioriza el género periodístico de la noticia. Estos resultados ratifican lo que indica (Alberdi, 2019) que lo que sucede con la noticia deportiva es que se ha visto que hay un deseo de instantaneidad y de primicia que refuerza aquella idea de “estar en el lugar de los hechos”. Estos resultados difieren a lo que manifiesta (Alberdi, 2019) ya que (Salgado, 2007) evidenció que en ocasiones la noticia puede verse un exceso de protagonismo en el periodismo deportivo (sobre todo el masculino) que tiene una historia amplia y consolidada.

Por otra parte, las noticias son los géneros periodísticos más utilizados cuando se refiere a las anotaciones que involucran la participación de fútbol femenino, con una breve introducción hacia generar contenidos desde entrevistas a las protagonistas del fútbol femenino. En la actualidad, el contenido de fútbol femenino está en desarrollo, se espera que en los siguientes años, estos gremios futboleros cuenten con la publicidad, la comunicación y relaciones públicas adecuadas para que más personas y auspiciantes se sumen a su crecimiento futbolero.

Tabla 5: Reporteros

REPORTEROS		
	HOMBRE	MUJER
EL SHOW DEL FÚTBOL	4	2
EL CANAL DEL FÚTBOL	16	38
ESTO ES FÚTBOL	5	0

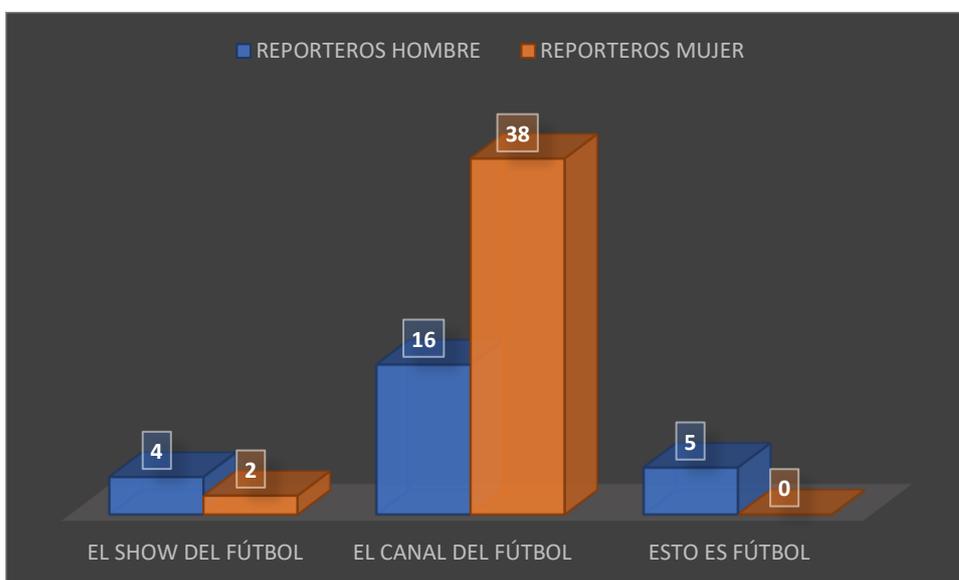


Figura 11: Reporteros

De acuerdo a las respuestas obtenidas de la matriz de contenido, se demostró que los programas especializados en deporte como el Show del fútbol y Esto es Fútbol dan más protagonismo a los hombres, sin embargo, el medio de comunicación El Canal del Fútbol da más importancia a las mujeres con el fin de tener una equidad de género ya que este medio quiere dar a conocer el incremento porcentual de las damas en los programas deportivos y su protagonismo. Estos resultados ratifican lo que señalan (Torres & Ochoa, 2021) que la mujer en el periodismo deportivo debe de romper paradigmas, eliminar tabúes e incluso diferentes tipos de discriminación. Estos resultados difieren a lo que manifiesta Los Periodistas sin (Cadenas, 2022) del Ecuador que, con el periodismo deportivo para algo particular, que está ligado a la explotación de la imagen de la mujer, mediante representaciones sexistas y violentas. Sin considerar discriminación, también podría considerar que, por las restricciones y situaciones de estatus social, aun no es bien visto que las mujeres interactúen como comunicadores en aspectos deportivos especialmente en aquellos que por muchos años se consideraba solo para hombres.

Tabla 6: Presentadores

PRESENTADORES		
	HOMBRE	MUJER
EL SHOW DEL FÚTBOL	3	1
EL CANAL DEL FÚTBOL	5	7
ESTO ES FÚTBOL	10	2

Figura 12: Presentadores



Con respecto a los presentadores a través a las respuestas obtenidas de la matriz de contenido de marzo a septiembre del 2022, se evidenció que los programas especializados en deporte como el Show del fútbol, Esto es Fútbol dan más protagonismo a los hombres, sin embargo, el medio de comunicación El Canal del Fútbol se pudo evidenciar que es equitativo, dan importancia a ambos géneros tanto a los hombres como a las mujeres; esto ratifica a lo manifestado por Noelia García (García N. , 2012) que en la actualidad el formato televisivo de los noticieros suele ser representados de una forma proporcional tanto por mujeres como para hombres, excepto la sección deportiva que suele ser conducida por una figura masculina (pag, 616).

Lo mismo manifiesta Cintia Guaña Córdova, que los programas de televisión acogen tanto a hombres como a mujeres profesionales que se puedan desempeñar en el ámbito de la conducción ya que con esto se pueden desempeñar en un espacio de programación, en efecto, en televisión, el perfil de mujer joven y bella es empleado regularmente para reclamar aumento de las audiencias (rating), es por eso que las mujeres son empleadas como presentadoras de noticieros ya que resultan muchas veces en estereotipos de género. (Cordova, 2020)

Se concluye que la intervención de la figura femenina, como presentadoras, reporteras o comentaristas deportivas se ha ido incrementando en el tiempo, siendo evidente

que estas atraen una gran audiencia. Aunque se puede evidenciar que el contenido informativo principal lo siguen manejando los presentadores masculinos.

3.2.1. Entrevistas

ANÁLISIS CUALITATIVO

En el análisis cualitativo, se estudian los resultados mediante una tabla. Se debe considerar que las entrevistas fueron realizadas en la plataforma *Zoom* a dos periodistas de los medios *Teleamazonas* y *Pasión por las Gradadas*, esto con el fin de conocer la perspectiva de cada uno referente al tema de investigación.

PREGUNTAS	PERIODISTA 1	PERIODISTA 2
	<p>Licenciado en comunicación social, Alberto Astudillo, periodista de Teleamazonas y por su programa radial, “La Parola” en Majestad FM. Es una persona con muchas metas y proyectos, un amante fiel de la disciplina la cual ha sido su trayecto de vida para lograr el éxito que tiene hoy en día, además, es un activista de corazón cuya pasión para moverse día a día es el deporte y su amor hacia los animales.</p>	<p>Licenciado Sergio Tufiño, trabajó en Primicias del Ecuador y fundo el medio de comunicación Pasión por las gradadas.</p>
<p>¿Ud. qué piensa sobre el fútbol femenino?</p>	<p>El periodista considera que el futbol femenino es un deporte donde las mujeres pelean su espacio y a la vez levantan su voz con el fin de ser escuchadas y así la gente vea que el fútbol no es solo de hombres, sino también de mujeres y que las mujeres también pueden llegar a ligas mayores y ser reconocidas a nivel nacional y mundial.</p>	<p>El periodista considera que el fútbol femenino es complicado ya que se exige los mismos derechos para las mujeres que para los hombres, que haya la misma cantidad de competiciones que se perciba un poco más porque las mujeres tienen un nivel bueno. En el ecuador es bastante precario, pero realmente las canchas no estaban en buen estado, los camerinos, las jugadoras viajaban el mismo día para jugar esto</p>

		es por falta de que el club no tenga el suficiente presupuesto, pero en otros países ha crecido bastante como en Europa o en Estados Unidos que son ejemplo a seguir en el fútbol femenino.
¿Por qué cree que los medios no han dado cobertura o acogida al fútbol femenino?	Con respecto a la cobertura que tienen los medios Astudillo manifiesta que no toma la fuerza que necesita y en este trascurso se necesita a gente aguerrida o aguerrido que lance hacia arriba el fútbol femenino, ya que no se está negociando bien, no se está abriendo las puertas bien, se está poniendo travas, se piensa que el fútbol femenino está en su estasis en el Ecuador y se quiere negociar a unos valores extremos y no tienes la capacidad, como medios de comunicación.	Con respecto a la cobertura que tienen los medios, Tufiño declara que desde el 2019 que creo su medio digital ha dado apoyo al fútbol femenino, del mismo modo estuvo en todos los partidos de la Superliga femenina y la Copa Libertadores que se realizó en Quito, y ahí se compara el engagement de publicaciones que tiene el fútbol masculino y el fútbol femenino y no había punto de comparación porque en ese instante había una brecha bastante grande de la gente que interactúa en el fútbol femenino y la gente que interactúa en el fútbol masculino.
¿Cree que, si la cobertura mediática aumenta, la gente se puede involucrar más?	Alberto Revelo que esto es cuestión de informar más, imaginémos lo que sucedió en el ciclismo, de pronto llega un Richard Carapas y nos llena la pupila de ciclismo y nos toca a todos los comunicadores ir aprender de ciclismo.	Sergio igualmente manifestó que la cobertura mediática los medios televisivos, medios radiales y los medios digitales pueden dar más cobertura al fútbol femenino, pero si la gente no consume una entrevista, reportaje, noticia, etc no serviría de nada, y si no están pendientes de los partidos

		es imposible tener un medio de comunicación así, entonces es de parte y parte.
¿Todavía existe ese pensamiento machista en contra que las mujeres practiquen este deporte?	Con lo que concierne al machismo en el deporte el magíster postula que se debe volver a evolucionar no solo como periodistas si no como seres humanos ya que en los tiempos de antes vivían en los estereotipos que los niños deben de jugar con los carros y las niñas con las muñecas, la sociedad piensa que eso está bien y limitan sueños, anhelos, intenciones, gustos y es ahí donde se crea nuevos comunicadores tratando de tener criterios para poder comunicar a la hora de informar, se debe de cambiar los estereotipos	Con lo que corresponde al machismo en el deporte el licenciado Sergio Tufiño en resumidas cuentas dijo que antes las niñas eran con las muñecas y los niños con los carros, pero en estos tiempos se ha visto que los padres apoyan a las niñas hacer cada día mejores y sobre todo les apoyan, pero si va haber momentos en que las chicas estén practicando va haber alguien que va interrogar y hacer que las mujeres se sientan mal.
¿Qué le falta al fútbol femenino para llegar a convertirse en una liga profesional competitiva?	Sin embargo el presentador de Teamazonas Alberto Astudillo manifiesta que para el fútbol femenino llegue a convertirse a una liga profesional se debe de tener una estructura comunicacional con el fin de que los dirigentes lo tomen en serio para de que esta manera la Conmebol y la FIFA comiencen a darle más importancia al fútbol femenino, también revela que debería existir una presidenta de la Federación para que así vaya de la mano junto al presidente de la misma, con el fin de que se vaya haciendo la equidad de género.	Sin embargo, Sergio revela que para el fútbol femenino acá en el país se más llamativo que la gente asista a los partidos verdaderamente, en ese momento los medios de comunicación se van a dar cuenta y así poder hacer una gran cobertura.

Cuadro 1: Análisis de las entrevistas a periodistas

Elaborado por: María Celeste Oña
Fuente: Entrevista Semiestructurada

PREGUNTAS	JUGADORA 1	JUGADORA 2
	<p>Angie Mora, actual delantera de la división femenina de El Nacional, de 21 años de edad inició desde muy pequeña en un pueblo chico llamado Lita vía San Lorenzo a jugar fútbol de barrio y no precisamente con chicas, sino con chicos quienes la integraban a sus equipos para realizar las diversas competencias de barrio.</p>	<p>Nayeli Ullaguari, en el 2019, formó parte del club Dragonas IDV sub 16 en el campeonato COPA DE DESARROLLO DE FUTBOL FEMENINO organizado por La CONMEBOL Y LA FEF. Titular en todos los partidos anotando 12 goles. También en el 2021, 2021- Forma parte del Club Profesional de fútbol ESPUCE, llegando a los octavos de final PLAY OFF del torneo de máxima categoría: Superliga femenina del Ecuador. En el 2022 fue contrada para en la CATÓLICA y sigue en el equipo.</p>
<p>¿Piensas que en los años iniciales hubo falta de apoyo de los Ministerios y Federación?</p>	<p>La jugadora considera que el fútbol femenino debería ser apoyado más por lo que hoy en día se ha visto que ya hay más chicas y equipos que necesitan de ayuda, en este caso los medios de comunicación muy rara vez han realizado coberturas, los medios digitales han sido los que transmiten los partidos y con el fin de que el Ministerio del Deporte ayude a crecer.</p>	<p>La jugadora considera que el fútbol femenino es un deporte que no es apoyado al 100% ya que no tienen las mismas oportunidades que el fútbol masculino, lo cual ellos tienen más oportunidades que las mujeres, Nayeli manifiesta que Ministerio del Deporte debería colaborar un poco más y a la vez dar más importancia al fútbol femenino con el fin de lograr mejores cosas a</p>

		nivel internacional y mundial.
¿Alguna vez tuvieron una cobertura mientras jugaban?	Mora manifiesta que solo en partidos importantes han ido a realizar coberturas los medios como DIRECTV, pero en otras ocasiones el equipo de apoyo transmite el partido en las redes sociales del equipo de juego.	Nayelli aclara que si tuvo la oportunidad de que todos los partidos de SuperLiga se han transmitidos por las redes sociales que tiene cada club, los partidos ya sea de visita o locales e instancias finales y cuartos de final se transmite por DIRECTV.
¿Llegaste a sufrir algún tipo de discriminación cuando jugaste?	Con respecto a que, si ha sufrido un tipo de discriminación, Mora aclara que no había mucha discriminación, pero que cuando uno más sufre cuando esta con equipos y aprendes a jugar ahí es cuando la sociedad de crítica, pero es más cuando eres pequeño porque te ven jugado con niños y es como la gente no entiende porque una niña juega con niños.	Con relación a que, si ha sufrido un tipo de discriminación Ullaguari aclara que porque era la única niña que jugaba fútbol con todos los hombres y le decían niño ya que jugaba en medio de los hombres, pero la verdad cuando a uno le gusta esto no le importa lo que dicen entonces creo que eso le ayudo hacer más fuerte y ahora está bien y con equipos grandes.

Cuadro 2: Análisis de las entrevistas de las jugadoras

Elaborado por: María Celeste Oña

Fuente: Entrevista Semiestructurada

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- El fútbol femenino no es difundido en los medios de comunicación digitales en el Ecuador, es negativa debido a que la evidencia demostró que, si existe contenido informativo periodístico femenino en estos canales digitales de Ecuador, coherente con el manejo de su publicidad y sus relaciones públicas ya que se entiende que el fútbol femenino es un deporte que está en desarrollo en la sociedad ecuatoriana.
- Si existen condiciones de imparcialidad mediática en el fútbol ecuatoriano repercutiendo en aspectos de desigualdad social, lo que es positiva debido a que ninguno de estos canales digitales ha priorizado la cobertura periodística o noticia en la misma medida sobre la que se hace la cobertura del fútbol masculino. Esto a pesar de que el fútbol femenino ya cuenta con grupos futbolísticos conformados y que están trabajando arduamente para lograr el escalamiento hacia la profesionalización de este deporte y generar sus propios espacios deportivos.
- La invisibilidad de las mujeres en la prensa deportiva, así como la estereotipación del fútbol femenino, donde el resultado es negativo, debido a que la participación de la mujer en el fútbol sigue creciendo, hay más reporteras, periodísticas y comentaristas alrededor del fútbol ecuatoriano. Y es relevante hacer la diferencia sobre que los grupos de fútbol femenino deben construir bases sólidas tanto sociales, de representación y económicas de la mano de auspiciantes y personal técnico que les permita mantenerse autoreguladas y consolidando su posición en el fútbol ecuatoriano.
- Los programas de comunicación como el Show del Fútbol y Esto es Fútbol sin duda contribuyen de manera significativa a la difusión del fútbol masculino. Estos programas televisivos ofrecen a los espectadores un espacio dedicado exclusivamente al análisis, discusión y seguimiento de eventos relacionados con el fútbol masculino, también desempeñan un papel importante en la difusión de información sobre los equipos, los jugadores, los partidos y los eventos futbolísticos. Estos programas suelen contar con entrevistas exclusivas con futbolistas y entrenadores, lo que brinda a los espectadores una visión privilegiada de la vida y la carrera de los jugadores.
- El Canal del Fútbol desempeña un papel importante al aportar al fútbol femenino. A través de su cobertura y programas centrados en el fútbol femenino, el canal contribuye a la visibilidad, promoción y desarrollo del deporte en Ecuador. Al transmitir partidos, ofrecer análisis y servir como plataforma de inspiración, el canal juega un papel crucial en el impulso del fútbol femenino y en el fomento de la igualdad de género en el deporte.
- Según profesionales expertos en periodismo deportivo, manifiestan que en la actualidad el fútbol femenino ha ido evolucionando y así valorado por parte de la

sociedad y poco a poco se va tomando en serio por parte de los críticos de este deporte ya que ha pasado de ser un pasatiempo a convertirse en una disciplina deportiva valorada que con el fin de las mujeres ya lo practican con mayor rigor que antes, pero a pesar de este auge hay que reconocer que a los niveles de audiencia en la actualidad son distantes al fútbol masculino ya que este tiene mayor nivel de sintonía a nivel internacional, nacional y local.

- Es demasiado notable la diferencia de profesionales de narración deportiva que tienen los medios de comunicación, en su mayoría fluctúa entre el 15% de profesionales femeninos en este tipo de actividad y con ligera excepción un medio que si tiene mayor representatividad de mujeres en sus programas deportivos.

4.2. Recomendaciones

- Los medios de comunicación deben aportar a la difusión del fútbol masculino, también darle mayor cobertura al fútbol femenino para que de esta manera promover la práctica del fútbol femenino en niñas y adolescentes con la finalidad de que practiquen esta disciplina con el fin de que el fútbol de mujeres pueda seguir evolucionando como lo está haciendo ahora.
- A los centros de formación profesional que disponen de la Carrera de Comunicación, deberían insertar en el pensum de estudio o como una actividad complementaria la relevancia e importancia de incorporar actividades deportivas que se consideran exclusividad del género masculino y que ya son practicadas por el género femenino con total responsabilidad y gusto por la comunidad; permitirán romper barreras absurdas, estereotipos que no permiten el surgimiento de estas actividades o no son muy conocidas.
- Otorga la misma importancia al fútbol femenino como al masculino: los medios de comunicación deben reconocer que el fútbol femenino es igual de importante que el masculino y merece el mismo trato en cuanto a espacio y cobertura en los medios.
- Cubrir los eventos deportivos de fútbol femenino: informa sobre los horarios de los partidos, los resultados y los equipos participantes. Deberías intentar involucrar a los aficionados, escribir artículos, publicar fotos, presentaciones de jugadores, etc.

REFERENCIAS:

- Abreu, A., Gil, H., & Maxwell. (2020). *Orígenes y desarrollo de la teoría de La Agenda Setting en Comunicación. Tendencia en España*. Madrid.
- Acosta, C. (28 de diciembre de 2017). *Medios alternativos: La esencia y razón de ser del periodismo*. . Obtenido de Medios alternativos: La esencia y razón de ser del periodismo. : <https://www.entreperiodistas.com/medios-alternativos-razon-de-ser-periodismo/>
- Alberdi, A. (2019). *FÚTBOL Y PERIODISMO DEPORTIVO EN ARGENTINA*. Argentina: Juan Branz.
- Andrade, D. (2020). *Análisis estratégico comunicacional para promover una equidad de género en las escuelas de fútbol*. Quito: Angélica Ordoñez.
- Andrade, D. (2020). *Análisis estratégico comunicacional para promover una equidad de género en las escuelas formativas del Club de fútbol femenino Ñañas en la ciudad de Sangolquí*. Sangolquí.
- Angulo, L., & Moreno, A. (2016). *Periodismo deportivo. El fútbol es el rey*. Revista Luciernaga Facultad de Comunicación.
- Arellano, M., & Salazar, W. (2020). “*Análisis de la inserción laboral de la mujer en el periodismo deportivo radial de la ciudad de Guayaquil y su recepción culturoológica en los estudiantes de la facultad de Comunicación Social en el año 2019*”. Quito.
- Astudillo, J. (2009). *Lauro: Historia del deporte ecuatoriano*. Azuay: Imprenta Talleres de la UNE del Azuay.
- Ballesteros, C. (2014). *Relevancia de la comunicación en el deporte*. Quito: USQ.
- Barthes, R. (1982). *Le plaisir du texte & Leçon inaugurale de la Chaire de semiologie litterarie de College de France*. Francia.
- Benitez, J., & Bernal, J. D. (2022). *El papel de los medios de comunicación televisivos nacionales en el desarrollo del fútbol femenino ecuatoriano*. Quito: Universidad Hemisferios.
- Cadenas, P. s. (07 de 03 de 2022). *Las mujeres periodistas en Ecuador enfrentan acoso, sexismo y descalificaciones*. Obtenido de Las mujeres periodistas en Ecuador enfrentan acoso, sexismo y descalificaciones: <https://www.periodistassincadenas.org/las-mujeres-periodistas-en-ecuador-enfrentan-sexismo-descalificaciones-y-acoso/>
- Cantos, J., & Cumba, E. (2018). *Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital*. Manabí.
- Carrión, F. (2019). *El jugador número 12*. Quito: Biblioteca de Fútbol Ecuatoriano.

- Céceres, M. (2021). *La comunicación y el modelo de Lasswel, análisis de la vigencia de la aguja hipodérmica en tiempos actuales*. Quito.
- Cedeño, A., & Tumbaco, M. J. (2019). *Análisis Comunicacional del Fútbol femenino*. Guayaquil: J.V.
- Chávez, D. (2016). *Fútbol Femenino: Antecedentes, Actualidad y Cobertura*. Quito: E.S.
- Comercio, E. (24 de febrero de 2018). *Las firmas de ropa deportiva y financieras lideran los auspicios de los clubes en Ecuador*. Obtenido de Las firmas de ropa deportiva y financieras lideran los auspicios de los clubes en Ecuador: <https://www.elcomercio.com/deportes/futbol-firmas-ropadeportiva-auspicios-clubes.html>
- Comercio, E. (14 de septiembre de 2020). *USD 280 000 es el costo de la Superliga femenina de Ecuador que se jugará desde el sábado 12 de septiembre*. Obtenido de USD 280 000 es el costo de la Superliga femenina de Ecuador que se jugará desde el sábado 12 de septiembre: <https://www.elcomercio.com/deportes/costo-superliga-femenina-fef-egas.html>
- Comunicologos. (2023). *Comunicación & Aguja Hipodérmica*. Obtenido de <https://www.comunicologos.com/teorias/comunicaci%C3%B3n-aguja-hipod%C3%A9rmica/>
- Cordova. (2020). *Mujeres en noticieros estelares televisivos ecuatorianos*. Obtenido de Mujeres en noticieros estelares televisivos ecuatorianos: <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/perdebate/article/view/2039/2276>
- Costa, D. (2016). *Exploración de las causas por la escasa profundidad en investigación en el Periodismo Deportivo en Ecuador*. Quito: Samson, Eric.
- Deporte, M. d. (2019). *Deporte y Actividad Física*. Obtenido de Deporte y Actividad Física : <https://www.deporte.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/06/ACUERDO-0307.pdf>
- E., T. M. (2018). *“El futbol femenino y su presencia en los medios de comunicación*. Guayaquil : M.E.
- Ecuador, B. (2015 de agosto de 2014). *Asi se jugará la Serie B del Fútbol Femenino*. Obtenido de Asi se jugará la Serie B del Fútbol Femenino: <https://www.porfindeportes.com/futbol-nacional/futbol-nacional/femenino/4168-asi-se-jugara-la-serie-b-del-futbol-femenino>
- FEF. (2019). *Actividad deportiva del fútbol femenino*. Obtenido de Actividad deportiva del fútbol femenino: <https://www.fef.ec/>
- García, H. (21 de mayo de 2018). *Los medios de comunicación invisibilizan el deporte femenino*. Obtenido de Los medios de comunicación invisibilizan el deporte femenino: <https://hazrevista.org/rsc/2018/05/los-medios-de-comunicacion-invisibilizan-el-deporte-femenino/>

- García, M. (2015). *Análisis de género de la participación de la mujer en el periodismo deportivo en la televisión ecuatoriana de canales de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- García, N. (2012). *La mujer presentadora en la programación diaria de televisión*. Sevilla: Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- Gendreau, M. (1997). *Globalización y medios de comunicación; hacia la aldea global?* Madrid: Investigación de la Comunicación CONEICC.
- González, M., & Sora, P. (2013). *Periodismo deportivo con sello femenino: cuatro décadas de historia*. Caracas: UCAB.
- Grijalva, X., & Paz, R. (2021). *Análisis del discurso del fútbol femenino en Quito: la visibilidad del rol de la mujer en el imaginario social en la Superliga Femenina en las publicaciones de El Comercio y El Universo, durante el período marzo- agosto 2019*. Quito.
- Hector. (2004). *Medios de comunicación y opinión pública en la sociedad democrática*.
- Hernández, M., & Chaguaceda, A. (2020 de Noviembre de 2013). *La comunicación alternativa y los medios comunitarios en Nicaragua*. Obtenido de La comunicación alternativa y los medios comunitarios en Nicaragua: <file:///C:/Users/celes/Downloads/Dialnet-LaComunicacionAlternativaYLosMediosComunitariosEnN-4335788.pdf>
- Jimenez, A., & Castro, J. (2018). *Generatividad en mujeres deportistas frente a los prejuicios y estereotipos de género en el fútbol*. Bogotá.
- López, A., & Hernán, M. (2019). *Primeros apuntes de la historia del periodismo en Argentina*. Argentina: https://perio.unlp.edu.ar/pd/sites/perio.unlp.edu.ar/pd/files/archivos/file/apunte_histori.
- Martínez, & M. (2012). *Teoría del periodismo*. Mexico: Red Tercer Milenio.
- Martinez, M. (2012). *Teoría del peridismo*. México: Red Tercer Milenio.
- McLuhan. (1964). *El medio es el mensaje*. New York: Paidos.
- McLuhan, M., & Powers, B. R. (2020). *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Madrid: Gedisa.
- Medina, C. (2001). *Paradigmas de la Investigación sobre lo cuantitativo y lo cualitativo*. Bogota: Universidad Militar Nueva Granada.
- Mendoza, I. (09 de agosto de 2013). *Medios alternativos: un nuevo periodismo*. . Obtenido de Medios alternativos: un nuevo periodismo. : <https://utel.mx/blog/10-consejos-para-medios-alternativos-un-nuevo-periodismo/>
- Morel, C., & Contrera, M. (2019). *La discriminación de género en el deporte. El caso del futbol femenino*. España: Universidad Americana.

- NovaCredit. (20 de octubre de 2019). *Auspiciantes oficiales del Deportivo Cuenca Femenino*. Obtenido de Auspiciantes oficiales del Deportivo Cuenca Femenino: <https://www.novacredit.com.ec/category/prensa/>
- Ordoñez, A. (2010). *Género y deporte en la sociedad actual*. Quito : USF.
- Paredes, D., & Sierra, R. (2011). “*Análisis de la profesionalización del Periodismo Deportivo en Quito desde el año 2000 hasta la actualidad alrededor de los éxitos futbolísticos de las selecciones nacionales y Liga Deportiva Universitaria de Quito*.” Quito: Héctor Calderón San Martí.
- Párraga, Y., & Torres, M. (2019). *Análisis Comunicacional del Fútbol femenino transmitido por Gol Tv y su incidencia en la motivación deportiva en las estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Educación Física de la Universidad de Guayaquil, 2019*. Guayaquil.
- Peñaloza, T. (2017). *Análisis comunicacional del proceso de formación de la mujer en el fútbol femenino* . Guayaquil: Marino Virrarreal.
- Petrone, & Facundo. (2009). *Las teorías de comunicación como Teoría Setting*. Quito.
- Piedra, J. (2018). *La perspectiva de género en sociología del deporte en España: presente y futuro*. Madrid.
- Pilca, E., & Chávez, M. (2018). *Mujeres ecuatorianas y periodismo deportivo: Roles de género en los programas televisivos: Estadio TV y 100XCiento Fútbol*. Quito.
- Pita, F., & Díaz, P. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. España: Cad Atem Primaria.
- Postgrado, C. E. (21 de Julio de 2013). *Medios Tradicionales Vs Medios Digitales*. Obtenido de Medios Tradicionales Vs Medios Digitales: <https://www.ceupe.com/blog/medios-tradicionales-vs-medios-digitales.html>
- Remache, L. (2019). *Contenidos de las redes sociales y su incidencia en el periodismo responsable con profesionales del círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador Núcleo Los Ríos en la Ciudad de Quevedo*. Babahoyo.
- Rodríguez. (2015). *La imagen de la mujer deportista en los medios de comunicación de Ecuador. Análisis de cobertura diario El Comercio y canal de televisión Teleamazonas*. Quito.
- Ruíz, K. (2014). *Cómo entender al periodismo*. Argentina: Fundación Konrad Adenauer.
- Salaverría, R., & Martínez, M. (2021). *Medios Nativos Digitales en España*. Salamanca: Ediciones y Publicaciones.
- Salgado, A. (2007). *La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión*. Madrid: Facultad de Comunicación-Universidad Pontificia de Salamanca.
- Sampieri, H. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.

Todo sobre comunicación. (2020). *TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN*. Obtenido de <https://todosobrecomunicacion.com/teoria-de-la-aguja-hipodermica/>

Torres, M., & Ochoa, R. (2021). *Inserción de la mujer en el periodismo deportivo ecuatoriano*. Cuenca: Universidad Católica de Cuenca.

Urbina, E. (2020). *Investigación cualitativa*. *Applied Sciences in Dentistry*, 1(3).

Venecia, T., Rojas, E., & Rodríguez, E. (2011). *SEP*. Obtenido de SEP: <http://difusionfractal.upnvirtual.edu.mx/index.php/blog/332-futbol-femenil-origen-profesionalizacion-y-retos>

ENTREVISTAS

Preguntas para los presentadores: Alberto Astudillo, periodista deportivo



1. ¿Qué satisfacciones le ha dado esta profesión?

Uy varias, creo que uno cuando estudia comunicación, seguramente te impulsan otros motivos muy ajenos los que determinan el gusto, el cariño por esta profesión, habido muchos momentos, eventos en los cuales me he sentido absolutamente identificado y compensando de lo que hemos hecho y entregado, de las veces que seguramente muchas veces hemos dejado de estar en casa en eventos familiares por estar en los medios comunicación. Me quedo satisfecho, feliz, motivado con lo que hemos cumplido con algo que no solo queda como comunicadores si no hemos hecho más grande el tema para que la gente lo comparta, disfrute y lo sienta como como nosotros lo hemos sentido. Me he sentido orgulloso y feliz de haber escogido esta profesión, esta tarea de vida.

2. ¿Qué se debe hacer para triunfar en Periodismo Deportivo?

Exactamente lo que haces ahorita, tener esa emoción todos los días, tener esa emoción con la que me preguntas, con la que describes lo que estas viviendo, esa es la clave. Yo todos los días cuando estoy frente a una cámara debo seguir teniendo la misma emoción, esas ganas, esa dicha de comunicar de hablar un tema deportivo, yo cuando tengo una información en las manos me emociono tanto que digo, como lo digo, como lo presento, como hago que la gente sienta esta misma emoción y me encanta lo que haces porque se siente, me transmites tu alegría, tu emoción, tu sensación positiva y eso es precisamente lo que debe hacer como comunicador todos los días tenemos buenas y malas noticias y nosotros tenemos la obligación de tratar de ser lo más positivos y que nuestra información no solo que sea una información al aire, si no que sea una información que de alguna manera impulsen, motive a la gente hacer alguna disciplina deportiva ya que es un cambio de vida, cambio de actitud.

3. ¿Ud. que piensa sobre el fútbol femenino?

A mí me encanta el fútbol femenino, creo que es una de las disciplinas deportivas que a mí me han llenado muchísimo, porque no solo vi el fútbol como tal,

si no vi la disciplina deportiva, tuve la dicha seguramente y esto es lo que mas me motivo que yo vi a las mujeres pelear un espacio, yo vi a las mujeres levantando la voz, levantando la mano en contra de muchas cosas, en contra de la historia, en contra de nuestro tema político, en el tema cultural y además era fantástico porque les veías haciendo una disciplina deportiva con tanto cariño, con tantas ganas y cuando terminaba el partido ellas se ponían el overol de luchar por la disciplina deportiva, entonces era increíble, cosa que no había visto en los dirigentes deportivos hombres, jugadores, cuerpo técnico y todo eso vi en el nacimiento del fútbol femenino. Cuando nosotros apostamos canal, como radio donde estuve por el fútbol femenino, creo que las mujeres sintieron ese apoyo en el fútbol femenino y sobre todo supieron por dónde ir.

4. ¿Por qué cree que los medios no han dado cobertura o acogida al fútbol femenino?

Aquí hay varias cosas por ejemplo el tema comercial en el fútbol femenino, no toma la fuerza que necesita y en ese aspecto también necesitamos este grupo de aguerridas o aguerridos que lance hacia arriba el fútbol femenino, no se esta negociando bien, no se está abriendo las puertas bien, se está poniendo travas, uno piensa que el fútbol femenino está en su estasis en el Ecuador y quieres negociar a unos valores extremos y no tienes la capacidad, como medios de comunicación yo te puedo decir, nosotros a veces apostamos en el año por uno o por dos torneos porque no nos alcanza el presupuesto. El presupuesto en un canal como el mío que yo trabajo (Teleamazonas) es muy limitado y de ese presupuesto tengo que sacar el mejor rédito y a veces no te alcanza para ese torneo o a veces te impulsa o te limita el tema de rating porque ahí también nos equivocamos porque no tenemos un rating elevado, falta muchísimo criterio a la hora de comercializar derechos, incluso de hacer que este fútbol femenino este más cerca del futbol masculino y no en contra, últimamente estamos poniendo a competir.

5. ¿Cree que, si la cobertura mediática aumenta, la gente se puede involucrar más?

Totalmente, esto es cuestión de informar más, imaginémoslo lo que sucedió en el ciclismo no, de pronto llega un Richard Carapas y nos llena la pupila de ciclismo y nos toca a todos los comunicadores ir aprender de ciclismo ya que de guaguas sabíamos algo, teníamos una noción, pero éramos eruditos en el ciclismo por eso mucha gente que había hecho ciclismo desde toda la vida nos criticaban mucho, nos decían esto esta mal, esto deben de hacer, esto va a pasar en todas las disciplina, es por eso que debemos empaparnos de todo los deportes, es una ruleta enorme para que vaya encajando en todo.

6. ¿Todavía existe ese pensamiento machista en contra que las mujeres practiquen este deporte?

Creo que tenemos que volver a evolucionar y no solo como periodistas si no como seres humanos creo que el tema de evolución en todo lo que pensamos, creemos nos enseñaron en el aspecto cultural incluso desde como nos enseñan en nuestras casas, yo me acuerdo antes que los niños a jugar fútbol y las niñas a quedarse en casa porque son las niñas de la casa y tiene que estar atendiendo otras cosas, hay

mucha gente que cree que eso está bien y limita sueños, anhelos, intenciones, gustos entonces una parte fundamental de nosotros como seres humanos debemos de evolucionar yo creo que ahí está la clave con los nuevos comunicadores, tratando de tener mucha más criterios para poder comunicarnos a la hora de informar, cambiar los estereotipos, muchas cosas que seguramente va hacer difícil porque tienes un planeta que está en esta onda, que está en esta línea y nosotros a veces tratamos de ser diferentes distintos y a veces nos sentimos menos, como comunicadores no repetir lo de antes.

7. ¿Qué le falta al fútbol femenino para llegar a convertirse en una liga profesional competitiva?

Hay varias cosas se debe de trabajar en compañía para que esto crezca, hay varios temas en estructura misma del fútbol femenino en el tema de comunicación del fútbol femenino, el tema en que nuestros dirigentes lo tomen más enserio todavía que se cumpla con todo lo que alrededor se está generando, creando desde la Conmebol, desde FIFA ya hay algunos presupuestos asignados.

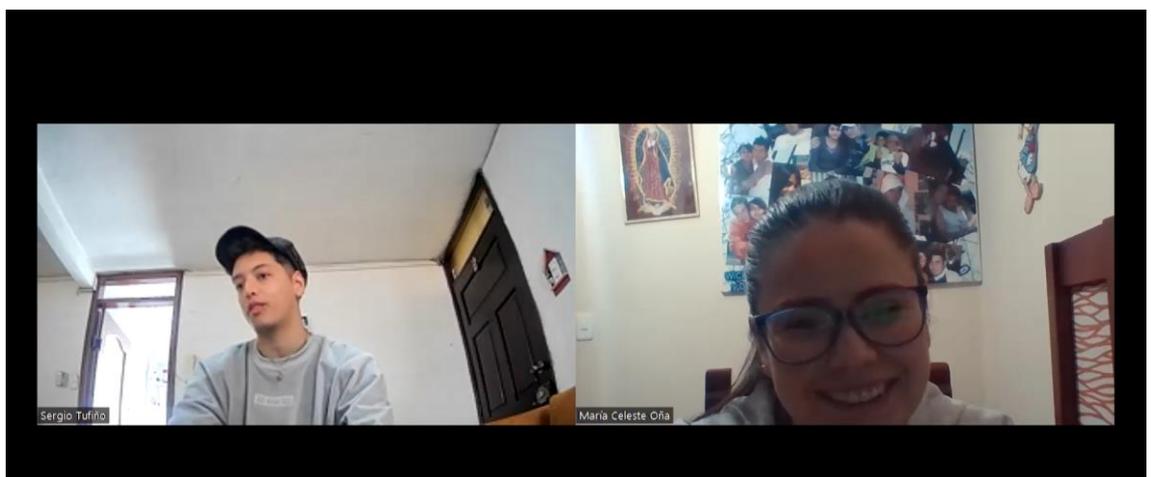
Yo sí creo que debería empezar desde la Federación a tomar mucho más enserio el fútbol femenino, me encantaría que exista una presidenta que este al mismo nivel que el presidente de la Federación para el fútbol femenino para ir equiparando todo.

8. Si tuvieras frente tuyo a una persona a punto de comenzar sus estudios en Periodismo Deportivo, ¿Qué consejos le darías?

Tú tienes una forma muy especial que nada ni nadie te cambie esa estructura que tienes esa forma de ser, esa originalidad va hacer que te haga única y vas a marcar una marca propia en el tema de comunicación es 10 pasos adelante del resto del mundo eso te recomiendo yo que todos los días estes con ese mismo entusiasmo, esas mismas ganas.

Preguntas para los presentadores:

Licenciado Sergio Tufiño



1. ¿Qué satisfacciones le ha dado esta profesión?

La satisfacción ha sido bastante buena desde el punto pasional porque yo soy una persona que ama mucho esta carrera y realmente me gusta estar en los momentos mas calientes de la sociedad, aunque a veces se escucha un poco feo porque necesariamente deben de pasar cosas malas o cosas muy fuertes en la sociedad pero pues siempre pasan es la realidad, pero a mi me gusta estar en esos momentos, en los momentos donde también donde muchas veces la gente hace historia la sociedad, como el deporte que te entrega esos reconocimientos esos valores pues en donde una sociedad si se identifica mucho y se une, en esos momentos donde me gusta estar, entonces el periodismo tiene esa oportunidad de estar en primera fila para contar las historias y eso es algo que me encanta mucho.

2. ¿Ud. que piensa sobre el fútbol femenino?

El fútbol femenino es complicado porque obviamente se exige que sean los mismos derechos para mujeres que para hombres que haya la misma cantidad de competiciones, quizá también que se perciba un poco más y está bien porque las mujeres tienen el mismo derecho y tienen un nivel bueno. Aquí en Ecuador hace falta apoyo pero en otros países ha crecido un montón como en Europa o en Estados Unidos que son ejemplos a seguir en el fútbol femenino pero aquí en Ecuador es bastante precario pero realmente las canchas no estaban en buen estado, los camerinos, las jugadoras viajaban el mismo día para jugar esto es por falta de que el club no tenga el suficiente presupuesto necesario para llegar un día antes para descansar en un hotel, comer bien y al otro día jugar, entonces las jugadoras realmente hacían sacrificios bastante grandes, algunas no percibían ningún sueldo, pero otras percibían lo mínimo, entonces el fútbol femenino esta bien que siga creciendo pero le falta todavía desde el aspecto dirigencial y también le falta mucho desde el aspecto deportivo.

3. ¿Por qué cree que los medios no han dado cobertura o acogida al fútbol femenino?

Porque no vende tanto, en mi caso por ejemplo en pasiones de las gradas nosotros le hemos dado muchísima importancia al fútbol femenino desde que iniciamos, en 2019 estuvimos en todos los partidos en la Superliga Femenina, cubrimos la copa libertadores que se realizó en Quito, estuvimos en todos los partidos de la Libertadores así no estén equipos ecuatorianos y uno compara el engagement de publicaciones que tiene el fútbol masculino y el fútbol femenino y no hay punto de comparación, nosotros lo seguimos haciendo porque no había mucho fútbol fuerte entre el fútbol femenino y no había muchos medios que cubrían, obviamente nos dimos cuenta de esto y una vez dentro cubríamos y mirábamos estadísticas y comparando todas las publicaciones había una brecha bastante grande de la gente que interactúa en el fútbol femenino y la gente que interactúa en el fútbol masculino.

4. ¿Cree que, si la cobertura mediática aumenta, la gente se puede involucrar más?

Por supuesto pero es de parte y parte como te digo porque puede aumentar la cobertura mediática los medios televisivos, medios radiales y los medios digitales

pueden dar mas cobertura al fútbol femenino pero si la gente no consume, pero si la gente no te ve una entrevista de media hora con una futbolista, si la gente no te ve un reportaje completo sobre el fútbol femenino, si la gente no esta pendiente de los partidos de las competiciones de lo que les pasa a las competidoras es imposible tener un medio de comunicación así, entonces es de parte y parte.

5. ¿Todavía existe ese pensamiento machista en contra que las mujeres practiquen este deporte?

Antes si porque las niñas eran con las muñecas y los niños con los carros, pero ahora se ha visto que los padres apoyan a las niñas hacer cada día mejores y sobre todo les apoyan, pero si va haber momentos en que las chicas estén practicando va haber alguien que va interrogar y hacer que las mujeres se sientan mal.

6. ¿Cree que con todo lo conseguido por el fútbol femenino en un futuro la cobertura mediática llegue a aumentar?

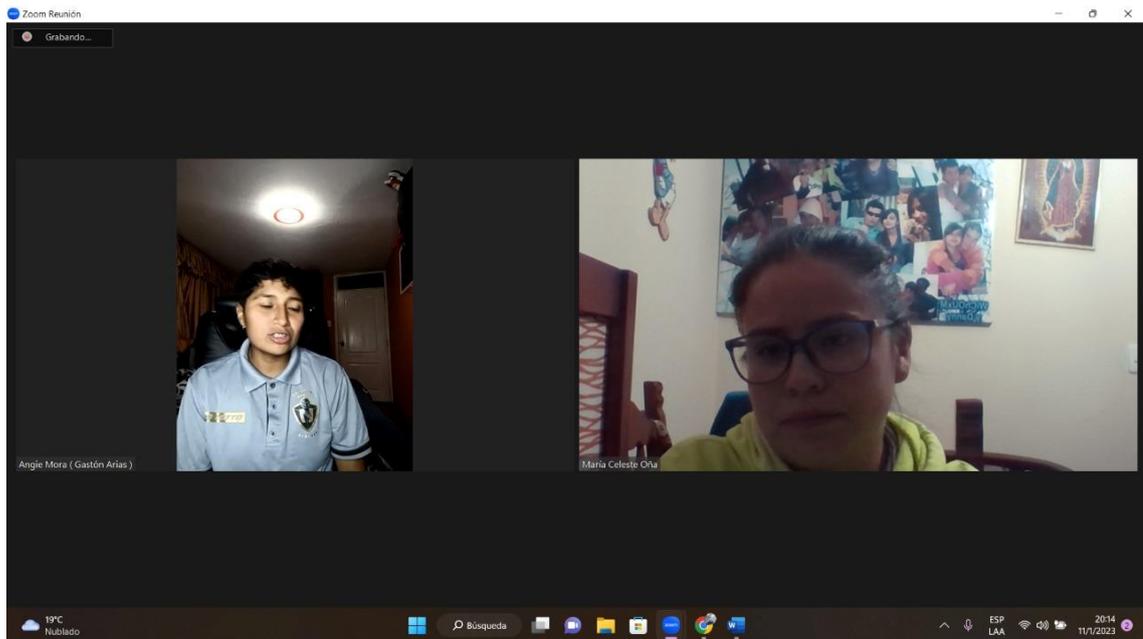
Claro, por supuesto como te digo es de parte y parte en algún momento el fútbol femenino acá en el país se más llamativo que la gente asista a los partidos verdaderamente porque quiere verlos y no porque sea ocasional, en ese momento los medios de comunicación se van a dar un poco más de cuenta y así poder hacer una gran cobertura y así los medios de comunicación van a estar ahí de a poco, pero van a estar ahí.

7. Si tuvieras frente tuyo a una persona a punto de comenzar sus estudios en Periodismo Deportivo, ¿Qué consejos le darías?

Realmente lo mismo que a cualquier chico, si quieres ser periodista deportivo independientemente si es hombre o mujer pues que siempre tenga preparación que nunca deje de estudiar los deportes que es muy importante, no solamente el fútbol si no todos ya que el periodismo deportivo es todo. Entonces a las mujeres que se ganen su espacio por los que ellas saben hacer porque muchas veces en los medios de comunicación llegan hacer pautas y no debe ser, si no que se involucren y preparen tanto para que sepan un montón.

Preguntas para las jugadoras:

Angie Mora



1. ¿Cuáles fueron los espacios donde te desarrollaste futbolísticamente?

Los espacios en que me desarrolle futbolísticamente podrían decir que en los barriales porque como podrás ver hay mas escuelas de fútbol para hombres que para mujeres, entonces en lo único que se podría desarrollarse libremente sería en los barriales.

2. ¿Cómo es tu experiencia en el Nacional?

Actualmente en el Nacional es una experiencia nueva ya que hay compañeras nuevas, hay entrenador nuevo porque sabes que cada temporada se renuevan nuevas jugadoras, nuevos equipos técnicos, ahorita llevo entrenando como 3 días y me he sentido cómoda, no podría quejarme, me siento super bien.

3. ¿Cómo fue tu paso por el Independiente?

De hecho, creo que ahí me forme, se podría decir que cuando llegue a Quito entre a este equipo, era formado por Dragonas Independiente, bueno la Universidad San Francisco de Quito que en el 2019 hizo un convenio con el Independiente del Valle y así se profesionalizó y se creó el nombre Dragonas Independiente.

4. ¿Piensas que en los años iniciales hubo falta de apoyo de los Ministerios y Federación?

Yo creo que sí, no del todo, pero si se podría decir que es una pregunta muy fuerte ya que algunas personas te van a contradecir, pero mi opinión diría que cuando yo llegue a Quito el futbol no tenía mucho apoyo, muy rara vez alguien iba hacer cobertura o pasar por la tele, pero ahora que el fútbol fue creciendo se ve un poco más de apoyo ya que ahora los medios digitales o las páginas digitales transmiten los partidos nuestros y así ya la gente nos va conociendo.

5. ¿Alguna vez tuvieron una cobertura mientras jugaban?

Si, pero cuando son partidos super importantes, pero por lo general cada equipo tiene su medio de transmisión, entonces con la ayuda de alguna persona que es parte del equipo se puede transmitir los partidos, pero DIRECTV siempre va cuando son partidos significativos ahí transmiten.

6. ¿Piensas que el futuro las jugadoras van a poder vivir del fútbol femenino?

Creo que si por como hemos ido avanzando en estos pocos años que el fútbol se profesionalizo creo que sí.

7. ¿Llegaste a sufrir algún tipo de discriminación cuando jugaste?

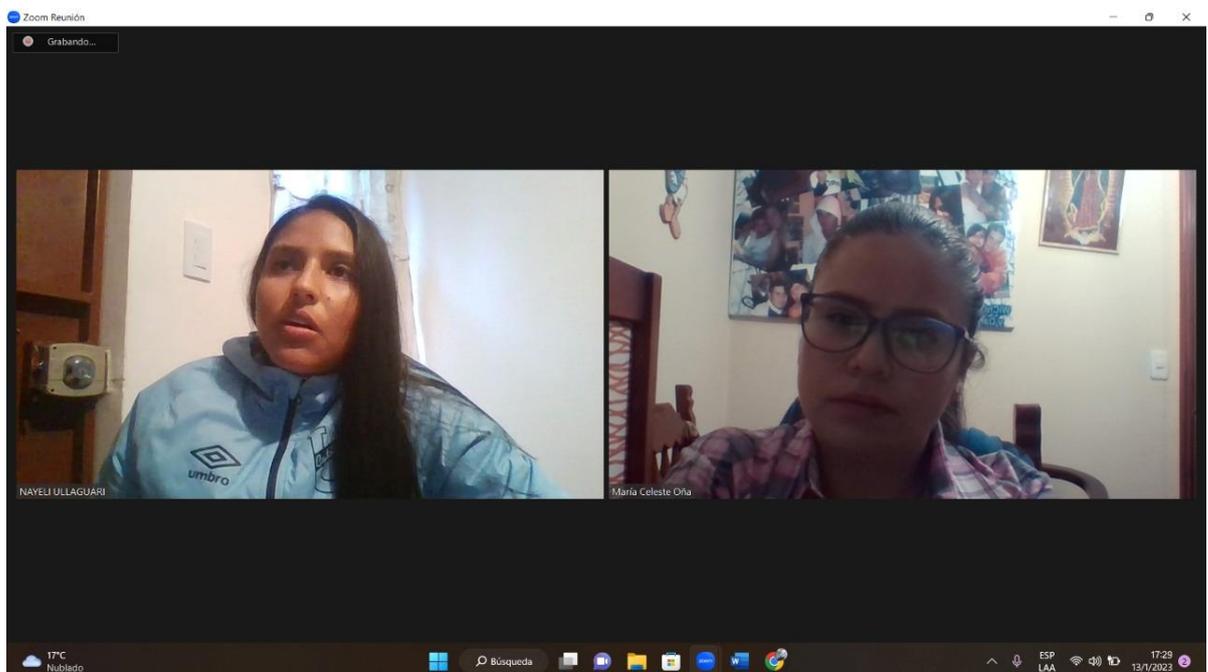
De hecho, cuando llegue a Quito y entre al equipo de mujeres no hubo mucha discriminación, pero creo que cuando uno más sufre cuando esta con equipos y aprendes a jugar ahí es cuando la sociedad de crítica, pero es más cuando eres pequeño porque te ven jugado con niños y es como la gente no entiende porque una niña juega con niños.

8. ¿Qué mensaje le dejarías a las chicas que quieren seguir con esto del fútbol?

Que no es fácil y de hecho nada es fácil en esta vida, pero si tu tienes un sueño y un objetivo lo vas a cumplir como sea, con críticas, con rechazo, con todo lo negativo que puede existir, cuando se pone un objetivo lo va hacer, entonces si quieres esto y verdad es esto y te gusta el fútbol femenino te lo propones y lo logras.

Preguntas para las jugadoras:

Nayeli Ullaguari



1. ¿Cómo es tu experiencia en la católica?

La verdad que, tenido una acogida muy satisfactoria, muy bonita, me acople muy rápido al equipo y estoy feliz con muchas ganas de este año romperla con todo.

2. ¿Cómo fue tu paso por el Independiente?

Si la verdad que, si yo llegué al Independiente a los 16 años, estuve participando en un campeonato en la Conmebol de sub 16 en el cual me fue bien gracias a Dios fui titular todos los partidos, tuve la oportunidad de marcar goles de igual manera y al siguiente año hacen di al equipo de primera de Independiente del Valle, entonces ese año fue una experiencia muy bonita donde aprendí mucho de igual manera tuve minutos y pude aprender mucho en este tiempo.

3. ¿Piensas que en los años iniciales hubo falta de apoyo de los Ministerios y Federación?

La verdad que, en lo personal, apoyo de los Ministerios y Federaciones individual yo no recibí para poder llegar a jugar profesionalmente, talvez si y cuando participe representando a mi cantón que fue la Liga de Macará en algunas ocasiones si nos apoyo igual la federación de Loja cuando fui a juegos nacionales talvez en su momento sí, pero no en su totalidad y no es como un interés.

4. ¿Alguna vez tuvieron una cobertura mientras jugaban?

La verdad que sí, tuve la oportunidad de que todos los partidos de SuperLiga cada club trasmite los partidos ya sea de visita o locales e instancias finales y cuartos de final se trasmite por DIRECTV.

5. ¿Cómo ves la actualidad del fútbol femenino comparado con tú época?

La verdad que, si ha ido evolucionando, pero creo que falta mucho, talvez ahora por lo que tenemos más cobertura y talvez más gente puede observar partidos desde la comodidad de su casa, también otras jugadoras tienen un contrato ya cuentan con alguna ayuda de su club que antes no se veía eso, porque antes solo se jugaba por lo que le gustaba entonces creo que en ese sentido si ha ido evolucionando el fútbol femenino y si ha cambiado.

6. ¿Piensas que el futuro las jugadoras van a poder vivir del fútbol femenino?

Yo creo que sí, bueno algunas jugadoras en la actualidad no pueden decir a su totalidad que, si viven del fútbol femenino, pero confió y espero que como ahora esta creciendo el fútbol que siga así y nosotras como jugadoras tengamos la oportunidad de ser vistas en todo lado como jugadoras profesionales y seamos tratadas así, que tengamos un buen contrato y un buen sueldo que podemos mantener y llevar una vida estable.

7. ¿Llegaste a sufrir algún tipo de discriminación cuando jugaste?

La verdad que si, en la escuela sufrí eso porque era la única niña que jugaba fútbol con todos los hombres y me decían niño ya que jugaba en medio de los hombres, pero la verdad cuando a uno le gusta esto no le importa lo que dicen entonces creo que eso me ayudo hacer más fuerte y ahora estoy bien y ya con equipos super grandes.

8. ¿Qué mensaje le dejarías a las chicas que quieren seguir con esto del fútbol?

La verdad que si les gusta el fútbol sean constantes disciplinadas y como en cualquier deporte si quieren lograr algo deben de trabajar para eso y lo más importante no dejar de creer en uno mismo y en las capacidades y el potencial que uno puede tener.