



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN
CANALES DE SEÑAL ABIERTA EN LIMA, 2019**

PRESENTADA POR
FERNANDO ARTURO CHAVEZ HURTADO

ASESORA
MARTHA ALICIA ROMERO ECHEVARRÍA

TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2021



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ROL DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN
CANALES DE SEÑAL ABIERTA EN LIMA, 2019

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTADO POR
FERNANDO ARTURO CHAVEZ HURTADO

ASESORA
DRA. MARTHA ALICIA ROMERO ECHEVARRÍA

LIMA, PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mis abuelitas Ruperta y Mila y a mi mamá Laura que, aunque ya no están físicamente conmigo, desde el cielo me acompañan y cuidan todos los días.

A mi padre Arturo y hermana Sandra por motivarme y confiar en mí en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios por ser siempre el camino de mi vida, ya que si no fuera por nuestro señor no tendría nada.

A la Universidad San Martín de Porres, por ser mi primera alma máter y por darme la oportunidad de obtener conocimientos que me permitieron desenvolverme con éxito en el campo profesional.

A todos los docentes que fueron el eje fundamental en este camino largo de vida universitaria: su dedicación, paciencia y buena predisposición para guiarnos día a día en alcanzar nuestras metas.

A la Dra. Martha Alicia Romero Echevarría, por ser mi asesora de tesis. Constantemente estuvo pendiente de mi trabajo para poder ayudarme y guiarme para poder desarrollar de manera exitosa mi trabajo.

A mi amiga Ana por ser una persona extraordinaria, apoyarme con los materiales necesarios para desarrollar la tesis.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE	iv
Índice de tablas	vii
RESUMEN	ix
Abstract.....	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO.....	19
1.1. Antecedentes de la investigación.....	19
1.1.1. Antecedentes Internacionales	19
1.1.2. Antecedentes Nacionales	21
1.2. Bases teóricas.....	23
1.2.1. Teoría del flujo de la comunicación en dos pasos	23
1.2.2. Teoría utilitarista	24
1.2.3. Teoría de la Agenda setting.....	24
1.2.3.1. Periodismo deportivo.....	25
1.2.4. El periodista deportivo y su contexto	27
1.2.4.1. Deontología en Periodismo Deportivo.....	29
1.2.5. Periodismo deportivo en señal abierta.....	30
1.2.5.1. Periodismo deportivo informativo	30
1.2.5.2. La crónica en el periodismo deportivo.....	31
1.2.6. Lo femenino y el deporte.....	32
1.2.7. La incursión de la mujer en el ámbito deportivo.....	33
1.2.7.1. La relación mujer-cuerpo.....	36

1.2.7.2. El papel del deporte en la nueva concepción de la imagen femenina	38
1.3. Definición de términos	42
CAPÍTULO II HIPÓTESIS Y VARIABLES	44
2.1. Formulación de hipótesis principal y derivadas	44
2.1.1. Hipótesis principal	44
2.1.2. Hipótesis derivadas	44
2.2. Variables y definición operacional	45
2.2.1. Definición operacional:	45
2.2.2. Definición conceptual de las variables	46
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	47
3.1. Diseño metodológico	47
3.1.1. Tipo de investigación	47
3.1.2. Nivel de investigación	48
3.1.3. Diseño de investigación	48
3.1.4. Método de investigación	49
3.2. Diseño muestral	49
3.2.1. Población	49
3.2.2. Muestra:	49
3.2.3. Análisis de confiabilidad	50
3.2.4. Índice de validez	51
3.3. Técnicas de recolección de datos	52
3.4. Aspectos éticos	52
CAPITULO IV RESULTADOS	53
4.1. Análisis de las encuestas	53

4.2. Análisis de las entrevistas a expertos	65
CAPITULO V DISCUSIÓN	75
CONCLUSIONES.....	79
RECOMENDACIONES	81
REFERENCIAS.....	82
ANEXOS	85
Ficha técnica del cuestionario.....	87
Ficha técnica de entrevista	90

Índice de tablas

Tabla 1	Definición conceptual de variable Rol de la mujer	45
Tabla 2	Definición conceptual de variable Periodismo Deportivo	45
Tabla 3	Resumen de procesamiento de casos	51
Tabla 4	Estadísticas de fiabilidad	51
Tabla 5	Género	53
Tabla 6	Edad	54
Tabla 7	Frecuencia de vistas de programas deportivos	54
Tabla 8	Preferencia en los programas deportivos	55
Tabla 9	Aspectos de importancia en el programa deportivo	55
Tabla 10	Horario de preferencia para programas deportivos	56
Tabla 11	Preferencia de sintonía	56
Tabla 12	Nombres asociados al periodismo deportivo	57
Tabla 13	Calificación a la figura femenina del periodista deportivo	57
Tabla 14	Participación femenina	58
Tabla 15	El desempeño de la mujer	58
Tabla 16	Poca presencia de la mujer en canales de señal abierta	59
Tabla 17	Opinión de la presencia femenina	59
Tabla 18	Las cualidades de la mujer periodista deportivo	60
Tabla 19	Imposición de la figura masculina	60
Tabla 20	Discriminación de la mujer	61
Tabla 21	La audiencia en programas donde participan mujeres periodistas	61
Tabla 22	Seguridad de la mujer al emitir comentarios	62
Tabla 23	Rol de la mujer en el periodismo deportivo	62

Tabla 24 Existencia de tabúes sexistas	63
Tabla 25 Interés de la mujer en participar en los programas deportivos	63
Tabla 26 Los canales de señal abierta dan importancia a la mujer	64

RESUMEN

La investigación que se presenta tiene como objetivo principal analizar cuál es el principal aporte de la incursión de la mujer en el periodismo deportivo en los canales de señal abierta en Lima en los últimos años. Para su realización se trabaja con una muestra probabilística de 394 jóvenes de entre 18 y 35 años de los distritos de Jesús María y Breña.

Se trabajó con un diseño descriptivo, aplicándose un cuestionario de preguntas estandarizado para la variable rol de la mujer y para la variable periodismo deportivo.

Los resultados obtenidos son analizados a través del paquete de análisis estadístico para la investigación, SPSS versión 25, mediante el alfa de Cronbach como índice de validez. Estos facilitaron concluir que el aporte de la incursión de la mujer en el periodismo deportivo es positivo, ya que se verifica que los estereotipos de masculinidad manejados por mucho tiempo han sido dejados de lado, para trabajar de igual a igual, sin menoscabar la femineidad que caracteriza a la mujer.

Palabras claves: Rol de la mujer, periodismo, deporte, discriminación, periodismo televisivo.

Abstract

The main objective of the research presented is to analyze what is the main contribution of the incursion of women in sports journalism in the open signal channels in Lima in recent years. To carry it out, a probabilistic sample of 394 young people between 18 and 35 years old from the districts of Jesús María and Breña is used.

A descriptive design was used, applying a standardized questionnaire for the role of women variable and for the sports journalism variable.

The results obtained were analyzed through the statistical analysis package for research, SPSS version 25, using Cronbach's alpha as a validity index. These allowed us to conclude that the contribution of the incursion of women in sports journalism is positive, since it is verified that stereotypes of masculinity managed for a long time have been put aside, to work as equals, without undermining femininity that characterizes women.

Keywords: Role of women, journalism, sport, discrimination, television journalism

INTRODUCCIÓN

La temática trabajada en la investigación básicamente gira en torno al periodismo deportivo femenino, este tipo de periodismo se ha convertido en un fenómeno social importante y trascendente en la sociedad ya que la moviliza como nunca se pensó que lo podría haber hecho cualquier otro fenómeno. Siempre que se habla de deporte, inmediatamente se alinea con los medios de comunicación y estos tienen una simbiosis muy fuerte, lo que permite que entre ellos exista un código lingüístico muy particular.

Hoy en día, la prensa deportiva peruana, ha empezado a ocupar un lugar importante, tanto en televisión, como de periódicos más leídos, por lo que la investigación genera un interés particular, tomando en cuenta que se puede herir y generar mucha susceptibilidad y sobre todo, porque siendo una sociedad, donde existe mucha discriminación de parte de los que aún no entienden la idea que las mujeres también pueden desenvolverse en cualquier ámbito, sin ningún problema, así como lo viene haciendo los varones en los diferentes ámbitos profesionales desde hace mucho tiempo.

Sin embargo, es muy probable que no todos los medios siempre den la oportunidad para que las mujeres se desarrollen profesionalmente y esto se ve influenciado muchas veces por las conductas de espectadores, jugadores, entrenadores o dirigentes, que ya sea, antes, durante o al finalizar los partidos de fútbol, u otro evento deportivo.

De allí, que se pueda observar o leer muchas críticas de parte de algunos deportistas o los mismos colegas hacia las periodistas, sin embargo, hasta ahora,

no hay quien elabore una *crítica positiva* de la prensa deportiva femenina, indicando cómo debería ser la prensa que querrían, o de cómo lo vienen haciendo.

Pero si se habla de fútbol, estos temas, se asumen que sólo se trabajan con rigor cuando son desarrollados por los periodistas varones, en la Internet, o por cable es mucho más común encontrar una periodista haciendo, lo que algunos llaman trabajo *de Hombres*, y son ellas las que inspiran a sus congéneres que desean ocupar un lugar, pero en señal abierta, al menos, de vez en cuando.

En cuanto a la credibilidad, el medio televisivo es la mejor ventana para los periodistas deportivos varones, que manejan *el fútbol* como único deporte, y son los *únicos* que conocen cuales son *las jugadas, al jugador, la falta o el gol*, sin embargo, existen periodistas mujeres, que se han preparado lo suficiente y que pueden empatizar con el medio y el televidente, hablando con la misma seguridad, y convicción, transmitiendo la credibilidad que un varón tiene, y además es visible su equilibrio e imparcialidad al comentar, y finalmente sus comentarios se dan con menos apasionamiento en cuanto a uno u otro equipo, o jugador.

Por tal razón, se muestra al periodista deportivo de nuestro país como aquel que ensalza o derriba a tal o cual jugador o a tal o cual. Sin embargo, cuando es la voz de una mujer quien quiere dar la explicación del error, o hace un comentario para matizar lo dicho anteriormente no hay caída para ello. Las *verdades* sólo se aceptan de los varones, una mujer no entra en esta controversia.

Lamentablemente, en el mundo del periodismo deportivo, no caben aquellos que están en contra de lo que se dice, por aquellos *entendidos* y no dudan en tildar de estafa todo ello. El fútbol es el mayor ejemplo de esto, es así como se ha convertido en un espectáculo, donde si se gana, todo es maravilloso, estupendo, el

mejor de lo mejor, el más grande, pero si van mal, todo ello ocurre porque no se saca a la corruptela, todo está podrido, algo que apesta, es decir, dependiendo cual sea el resultado, estamos en el cielo, o en el infierno.

La sobrevaloración que se le dio al periodismo deportivo y la participación masiva de varones en las diferentes justas deportivas, a lo largo del siglo XX, es el indicador más utilizado para la selección de personal para el desarrollo de notas deportivas, esto ha hecho que se haga un uso inadecuado de los modelos televisivos, haciendo solo al varón como la mejor elección para ser *la cara* de cualquier programa que desarrolle la línea deportiva.

Con el tiempo, la mujer, comienza a ganar terreno dentro de la sociedad y dentro de lo profesional, y es así como en los años 90 aparecieron algunos rostros.

Renata Casalino, *Chichi* Casanova, Carla Stagnaro y Silvana Arbulú, fueron algunas de las primeras periodistas deportivas de televisión en el Perú. (...). Fueron llamadas alguna vez *Los Ángeles de Alberto*. Simpáticas y atractivas, fueron las primeras periodistas deportivas femeninas en la TV (Rojas, 2014, p. 22).

Desde que se comenta la noticia deportiva se tiene de referente solo a los varones, esto hizo que se caracterice al campo deportivo como un espacio dominado por la masculinidad, este modelo trasciende el tiempo y las noticias, la radio y la televisión que son representativas de los deportes realizados por sus reportajes en solo por varones. De allí que, en el mundo del periodismo televisivo hay una resistencia hacia el periodismo deportivo femenino en nuestro país.

Los ojos del público, sobre todo varones, no entienden o no están de acuerdo en ceder el papel que puedan cumplir las mujeres frente a la pantalla. Mientras los periodistas ven a la mayoría de las mujeres como sólo una compañía y que no conocen a fondo el oficio, ellas ven a estos, como un ejemplo al que deben emular y superar lo que hace que se genere una doble imagen: lo que querrían ser y lo que no.

De ahí que, entre todos los campos de investigación posibles, se ha seleccionado el deporte, sobre todo el fútbol, es la disciplina con más seguidores en todo el mundo y donde se están básicamente varones y muy pocas son las féminas que se atreven a incursionar en ello.

Por tanto, la investigación se centra en el papel que tiene la mujer como periodista en los canales de señal abierta, sobre todo, en un medio donde por muchos años ha sido manejado por varones.

Con ello, surge la gran interrogante, ¿es posible que la mujer haya revolucionado el ambiente periodístico? ¿Cuál es el impacto directo de la incursión de la mujer en el periodismo deportivo? ¿Se puede aprovechar el mejorar el ambiente del periodismo deportivo con el ingreso de la mujer?

Problema General:

¿Cuál es el rol que cumple la mujer profesional en periodismo deportivo en los canales de señal abierta en los últimos 10 años?

Problemas Específicos:

- ¿Cómo ha sido la evolución el periodismo deportivo en los programas de señal abierta en el Perú?
- ¿Cuáles son los estereotipos femeninos que se presentan en el periodismo deportivo limeño?
- ¿Cuál es el aporte la mujer profesional en el periodismo deportivo en los canales de señal abierta limeño?

Objetivo General

Identificar el rol es el rol que cumple la mujer profesional en periodismo deportivo en los canales de señal abierta en los últimos 10 años.

Objetivos específicos

- Describir la evolución el periodismo deportivo en los programas de señal abierta en el Perú.
- Identificar los estereotipos femeninos que se presentan en el periodismo deportivo limeño.
- Determinar el aporte la mujer profesional en el periodismo deportivo en los canales de señal abierta limeño.

Dentro de este desarrollo, se debe tener en cuenta lo que (Bernal, 2010) señala “Toda investigación está orientada a la resolución de algún problema; por consiguiente, es necesario justificar, o exponer, los motivos que merecen la investigación. Asimismo, debe determinarse su cubrimiento o dimensión para conocer su viabilidad” (p.106).

Por ello es por lo que, desde el punto de vista social, la investigación se justifica, debido a que el periodismo deportivo forma parte, de una forma u otra, de nuestra vida diaria y es así como la apasionante del juego y los negocios le dan una gran importancia mediática.

Es importante realizar esta investigación debido a que aún quedan muchos obstáculos que las mujeres deben vencer, para poder hacerse de un nombre y cumplir lo que siempre han querido, es decir ser un periodista deportivo, para así ser tomada en cuenta, sin ser considerada como una *linda compañía* que sólo sirve para ganar mayor audiencia y además evita ser objeto de burla, para los seguidores del deporte nacional e internacional.

Desde el punto de vista teórico, la investigación se justifica, porque se busca generar la reflexión y debate académico sobre la necesidad de un análisis del rol de la mujer dentro del ámbito del periodismo deportivo.

Desde el punto de vista práctico, se busca proponer ideas y estrategias para explicar y resolver el problema que se presenta en el desarrollo profesional de las mujeres dentro del ámbito del periodismo deportivo en los canales de señal abierta.

Por otro lado, la investigación se justifica socialmente a partir de que es un tema actual y de suma importancia para el desarrollo y crecimiento profesional de los estudiantes de periodismo deportivo, en especial del sector femenino, que vienen desarrollándose cabalmente en medios, y en canales de cable a nivel nacional e internacional.

A su vez, esta investigación es factible porque existen recursos primarios y secundarios para apoyar el proyecto. Por otro lado, existe una muestra bien definida que permite extraer datos importantes para la investigación mediante técnicas de recolección de información, por lo que se ha revisado investigaciones relacionadas con este tema en busca de la mejor opción, instrumentos necesarios para la medición.

Cabe señalar que el estudio tiene limitaciones en cuanto a bibliografía relativa a la realidad peruana, porque no hay muchos trabajos antes de esta tesis. Sin embargo, se utilizará información y métodos del exterior para respaldar la investigación propuesta. En cuanto a la oportunidad de obtener un experto, depende en gran medida de su tiempo, especialidad y medio en el que se desarrolla.

Están previstas varias entrevistas en profundidad, para ello, se identificó a las periodistas que pueden representar la realidad estudiada; también se organizó una encuesta, la que se restringe a la edad y lugar de procedencia de los encuestados, todo esto se ha logrado desarrollar, gracias a una minuciosa investigación y al apoyo de expertos nacionales y extranjeros en la materia.

Finalmente, la investigación tratará de llegar a la comprobación de la hipótesis que gira en torno a la verificación de si la incursión de la mujer en el periodismo deportivo en los canales de señal abierta en Lima en los últimos años tiene un aporte positivo para el periodismo actual.

Para presentar esta investigación, se han considerado cinco capítulos. El primer capítulo registra el marco teórico, centrándose en la base teórica que

sustenta la investigación. En el segundo capítulo se proponen hipótesis y se desarrollan variables, y en el tercer capítulo se discuten los aspectos metodológicos. El cuarto capítulo, los resultados, finaliza cuando se discute el quinto capítulo, y se adjunta el apéndice a la conclusión y referencias bibliográficas.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. Antecedentes Internacionales

Fumero (2016) en su tesis “Periodismo deportivo: el papel secundario de la mujer periodista” de la ciudad de san Cristóbal de Laguna, Argentina, en una tesis para optar el grado de comunicador, tiene como objetivo definir y distinguir los diferentes arquetipos de reporteras deportivas femeninas existentes en los medios de comunicación, estaciones de televisión y radio nacionales. Para ello, el método de investigación utilizado es la investigación exploratoria, es decir, las investigaciones orientadas a brindar trabajos originales brindan una serie de estudios de seguimiento.

Base suficiente para la toma de decisiones o simplemente aceptar o rechazar la hipótesis. Por otro lado, tomando como muestra el tiempo aparición en los medios de comunicación, por ejemplo, en el noticiero de las 12 de la cadena Cope, haciendo un análisis detallado de los programas diarios y de fin de semana más importantes de diferentes medios, Larguero y Carrusel Deportivo de la Cadena y de la Televisión Española.

Finalmente, la investigación concluyó que, en la actualidad, aún son muchas las periodistas que tienen que enfrentarse a esta situación desfavorable. Por otro lado, la presencia de la mujer en el periodismo deportivo aporta otro matiz y otra perspectiva a la especialización, mostrando una perspectiva diferente hasta ahora.

Rojas (2013), en su tesis “El papel de la mujer periodista en el ámbito deportivo” de la ciudad de Sevilla, España, en una tesis para optar el grado de periodismo, está diseñado para verificar el trato diferencial de las mujeres periodistas en los medios de comunicación principalmente en el ámbito de las noticias deportivas, incluso en ocasiones invisibles, con el fin de probar la hipótesis propuesta por este trabajo, y seguir para tal fin, a partir del metaanálisis de diferentes medios. Analizado. Teniendo en cuenta los objetivos marcados en el estudio, para verificar esta hipótesis, se elaboró un análisis mediático que mostró todas estas diferencias y estereotipos, que han sido discutidos en desarrollos anteriores.

En las noticias escritas, un análisis de los dos periódicos deportivos más importantes (Diario AS y Sport) llegó a la conclusión de que la diferencia entre editores masculinos y femeninos es muy grande, y la proporción de mujeres que trabajan en estos medios, es muy baja. Además, si se habla de la revista "Deportes", estas diferencias fueron aún mayores, en la revista sólo colaboraron esporádicamente de 4 a 5 mujeres.

García (2017) en su tesis “La presencia de la mujer en el periodismo deportivo” de la ciudad de Catalunya, España, en una tesis para optar el grado en comunicación, su objetivo fue analizar el grado de desigualdad entre hombres

y mujeres y hasta qué punto el ocultamiento de los deportes femeninos por parte de los medios de comunicación es correcto (o incorrecto).

Se aplicó una encuesta, que inició analizando el contenido de los principales medios de comunicación de información deportiva del estado español. Por otro lado, el estudio tiene como objetivo analizar la situación de las deportistas y periodistas en la información y redacción de los medios deportivos españoles, por ello, la encuesta se limita a los periódicos y programas audiovisuales que más circulan y escuchan la población española.

La metodología empleada en la investigación y desarrollo de esta se basa en técnicas cuantitativas analizadas estadísticamente. En general, tras la realización de la encuesta al finalizar el estudio, los resultados obtenidos confirman que en los medios de información deportivos españoles, las mujeres no se encuentran entre la élite y subrepresentación entre comunicadores.

1.1.2. Antecedentes Nacionales

Cavassa (2018), en su tesis “ Análisis Del Lenguaje Periodístico En Los Portales Digitales De Los Diarios Deportivos Depor, Líbero, El Bocón Y Todo Sport”, en la ciudad de Lima, el objetivo fue describir las características del lenguaje periodístico encontradas en los cuatros medios elegidos durante un mes.

Para la investigación se utilizó un enfoque cualitativo y cuantitativo. Según Hernandez, Fernandez, & Baptista (2016), es el enfoque adecuado debido a que se pretende analizar varias historias relacionadas con un mismo objeto de estudio, en este caso, es el lenguaje periodístico digital de los diarios deportivos. Es decir que se comenzará analizando varias muestras provenientes de los cuatro medios elegidos, para luego enfocarse en el tema de investigación sobre la base de las

cuatro características mencionadas —hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y usabilidad—. Las cifras y conclusiones obtenidas en este análisis se complementarán con las entrevistas a periodistas, uno por cada medio deportivo analizado, para ampliar y aportar ideas sobre el tema.

Fernández, (2015) en su tesis Rol De La Mujer En El Periodismo Deportivo Canal CMD, en la ciudad de Lima, tuvo como objetivo principal identificar el aporte de la incursión de la mujer en el periodismo deportivo en Lima.

Este trabajo, es una monografía argumentativa, donde se explicó con detalles sobre el origen del periodismo deportivo en la ciudad de Lima. Finalmente, se profundiza en los estereotipos marcados que existen cuando desempeñan su rol frente a pantallas. Como conclusión, obtuvo que la mujer ha ganado protagonismo en la presencia y rol fundamental en el periodismo deportivo, sin embargo, aún se mantienen los prejuicios que la segrega en oportunidades frente al hombre.

Morales (2017), en su tesis “Banalización en el periodismo deportivo en el Perú: responsabilidad e influencia de los centros de formación para periodistas, la investigación tiene como objetivo principal demostrar que existe una relación directa entre la formación académica de los periodistas que laboran en los principales diarios deportivos peruanos (Depor, El Bocón, Líbero y DT El Comercio) y la calidad de los artículos que producen.

El diseño metodológico contiene los sílabos de los cinco centros de formación que más periodistas deportivos forman y nutren las salas de redacción deportivas: las universidades San Martín, Jaime Bausate y Meza, Católica y San Marcos, además del Instituto San Ignacio de Loyola. A través del contraste entre las horas teóricas ofrecidas por cada institución y el lenguaje que sus alumnos y/o

egresados utilizan en sus notas, en un periodo de tiempo determinado (del 12 al 18 de noviembre de 2015), se buscan conexiones que sustenten la siguiente hipótesis: a mayor lenguaje con conceptos teóricos, mayor formación teórica recibida; a mayor lenguaje técnico, menor formación teórica. La conclusión es que, efectivamente, existe una relación directa: la mayoría de los periodistas con escasa formación teórica es incapaz de elaborar artículos pertinentes.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Teoría del flujo de la comunicación en dos pasos

El modelo de two-step-flow (o de las dos etapas) se presentó en el estudio de Paul Lazarsfeld y Elihu Katz titulado “La influencia personal (1955, 1979)”, que exploraba sus investigaciones en campañas electorales, que estaban fundadas en el modelo del efecto directo.

El propósito de la teoría es centrarse en el rol de liderazgo en los líderes de opinión. La preparación e influencia de los mensajes de los medios para algunas personas es mayor que otras. Estas personas, que los entienden mejor, están en los grupos principales y restringidos, la relación interpersonal en el grupo transmite información. Ellos se convierten en líderes de opinión pública y son el mediador entre los medios y el público. Por lo tanto, para Fernández (2014), la influencia de los medios de comunicación se realiza en dos pasos: es indirecta más que directa, es más mediática.

Lo interesante de esta teoría, está en que la influencia no viene de manera directa del medio a la masa, sino que se realiza a través de determinadas personas influyentes. Los medios solo hacen fluir los mensajes y estos llegan a los sectores activos: los denominados líderes de opinión, para luego, en un

segundo paso, fluir por los actores pasivos. Asimismo, se deja de ver a los receptores como seres aislados, se hace una diferenciación entre sus miembros y se clasifica en grupos sociales que condicionarían los efectos de los mensajes en el individuo.

1.2.2. Teoría utilitarista

Esta teoría inicia con Jeremy Bentham a finales del siglo XVIII y luego lo sistematiza es Jhon Stuart Mill en el siglo XIX, haciendo énfasis en el consecuencialismo (Valcarce, 2010) en este sentido se asume que en relación con el presente estudio lo que distingue es la utilidad que se está encontrando a los medios para promover el sentimiento de confortabilidad o placer.

Cuando se refiere a los medios de comunicación: Considera al receptor solo desde el punto de vista pasivo. Solo el sujeto suficientemente informado puede tomar decisiones correctamente o, dicho de otra manera, con la suficiente información y un buen uso de la razón.

El espectador no es un mero receptor pasivo de los medios, o al menos no tiene que serlo. No sitúa el plano de reflexión del sujeto pasivo en la relación establecida con los mismos hechos que se le comunican, sino en un momento posterior, en la toma de decisiones a partir de lo que se le ha comunicado.

1.2.3. Teoría de la Agenda setting

El concepto de agenda es muy simple, involucra uno o más temas, estos temas se organizan de acuerdo con eventos, por ejemplo, el tema de inseguridad se basa en crímenes, discursos públicos, etc.

Cuando se trata de establecer una agenda, se vuelve más complicado porque involucra el estudio de la agenda de diferentes actores sociales. Entre las agendas estudiadas en diferentes estudios, se pueden mencionar tres: la agenda mediática, la agenda pública y la agenda de figuras políticas. La agenda de los medios se define como, la lista de hechos con cobertura mediática.

la teoría de la Agenda Setting nace en el seno de la corriente funcionalista de la MCR norteamericana y se reconoce a sí misma como una teoría de efectos. De hecho, sus discusiones con las teorías que la precedieron se basan, por un lado, en el alcance adjudicado a los efectos de los medios de comunicación masiva sobre sus audiencias y, por el otro –conforme incursionaron en nuevas fases de estudio–, a la disputa por la fijación de agenda entre los medios y la agenda política. (Aruguete, 2017; p. 37)

1.2.3.1. Periodismo deportivo

Las noticias deportivas son una forma de comunicación social, y su principal finalidad es la obtención y difusión de noticias relacionadas con el deporte. Su principal objetivo es la recolección de información noticiosa sobre eventos deportivos, estos eventos noticiosos despiertan la atención del público y su alcance se puede realizar tanto a nivel nacional como internacional.

En este sentido, la novedad tecnológica desarrollada hoy ha dotado al funcionamiento de la industria de una nueva base en la red, convirtiéndose en un elemento de gran valor comunicativo, una herramienta sustentada en las redes sociales, y sin duda poseen impacto en la difusión de la noticia.

El periodismo deportivo no solo tiene que sufrir cambios y reorganizaciones en el sector de los medios, sino que también debe adaptarse a la globalización en constante cambio del mercado para seguir siendo competitivo (Barrero, 2008)

Uno de estos cambios es la transición de lo analógico a lo digital, que permite la integración de nuevas herramientas tecnológicas adecuadas para tareas informativas en nuevas aplicaciones, y no solo cuenta las noticias, sino que también debe tener habilidades en otros contenidos, como programación, fotoperiodismo, publicación de videos, o infografías. Los reporteros multitarea o multifuncional están aquí para imponerse, es decir, los responsables de manejar todas las herramientas necesarias para obtener información al instante.

El deportivo es una de áreas que está atravesando mayores ajustes estructurales, en países como España, por ejemplo, los periódicos, han iniciado un proceso de reducción de sus cuadros de periodistas y están redoblando sus esfuerzos en su posicionamiento a través de Internet, debido a que hay mayor cantidad de espacios deportivos en la televisión, la radio aportó más con su inmediatez, pero sobre todo ante la caída de las ventas en los quioscos y de sus anunciantes en general (Rojas-Torrijos, 2014).

Lamentablemente, en todo este tiempo, el periodismo deportivo no ha ganado en calidad de periodismo especializado, por múltiples circunstancias, ya sea por lo político, por lo jurídico o por lo económico, ya que se ha vuelto un negocio, más que en una profesión, prueba de ello, está en que se ha incrementado la difusión de los periódicos como logotipos de cuentas

patrocinadoras en el uniforme de un deportista, y esto ha hecho que se haya dejado de lado su perfeccionamiento como profesión.

1.2.4. El periodista deportivo y su contexto

El periodista deportivo es un profesional experto en los hechos relacionados a los deportes y otras actividades de ejercicio físico, es una especialización con alto grado de riesgo de ser imparcial, ya que tanto periodistas, como lectores y espectadores, tienen preferencias por determinados equipos o atletas, es por eso que el profesional de esta área debe tener cuidado con el apasionamiento o rechazo que su texto o pauta, porque puede provocar con facilidad muchas reacciones en el público y entre sus pares.

Una de las funciones del periodismo deportivo, que puede ser la principal, es la crónica deportiva, que es el relato del acontecimiento competitivo donde se cuenta lo ocurrido, se le da un valor al desarrollo del juego, desde cómo actúa el deportista hasta la actitud de los participantes, así como la actuación de los jueces en el momento en que se da la competencia y cuando esta termina

Inicialmente, los primeros reporteros deportivos fueron considerados reporteros de segunda clase (Alcoba, 2005) quienes creían que cualquiera podía informar sobre temas que se consideraban irrelevantes. Con el tiempo, el aumento del interés por el deporte ayudó a mejorar su imagen.

Dentro de la profesión “el término de la bohemia, los aumentos de salarios y (...) la invasión proveniente del sector de periodistas universitarios” (Vásquez, 1991, p. 125) también ayudó a mejorar la imagen del colectivo.

Si bien la formación universitaria de los periodistas deportivos parece ser normal en la actualidad, algunos estudios han demostrado que los profesionales

de esta carrera tienen un menor nivel de preparación académica en comparación con otras carreras de periodismo. (Fernández J. , 2014)

Hoy en día, los deportistas profesionales son cada vez más habituales en los medios de comunicación, cuyo principal sustento es su experiencia deportiva, pero nunca han pisado las universidades para realizar un estudio de comunicación, lo que hace que la actualidad del periodismo deportivo es mal visto por compañeros y su audiencia.

Asimismo, el deporte es un tema de entretenimiento, lo que significa que los periodistas que trabajan con él pueden verse como personas que simplemente tratan su profesión como algo pasajero. Por eso, incluso hoy, la imagen de los periodistas deportivos se ha visto dañada en comparación con otras profesiones.

Otro factor que provoca esta pérdida de reputación son los diferentes conflictos que sufren:

Los periodistas deportivos, además, se encuentran atrapados en un dilema particularmente difícil a causa de las distintas y en ocasiones contradictorias demandas profesionales que recaen sobre ellos: Se les precisa, a menudo al mismo tiempo, que sean reporteros objetivos, investigadores críticos, propagandistas del deporte y de los equipos, representantes de los hinchas y, no pocas veces, haber participado en un deporte de élite (Rowe, 2004, p. 34)

Es poco probable que existan reclamos noticiosos por la objetividad o la imparcialidad se combinen con los requerimientos de apoyo de ciertos equipos o deportistas planteados por la audiencia, lo que ha provocado descontento en las dos áreas (deportistas y audiencia) y, por tanto, ha provocado miradas sospechosas en los reporteros deportivos. En este caso, los medios de alta calidad tienen la oportunidad de diferenciar las necesidades de los aficionados al tratar el deporte como parte de su oferta de información. Por otro lado, los profesionales del deporte pueden verse obligados a proporcionar al público lo que desea para obtener la comunicación necesaria para rentabilizar el producto.

En ambos casos, la demanda es grande porque una gran cantidad de espectadores están viendo el trabajo de los reporteros de noticias deportivas. Además, los periodistas deben mantener siempre un equilibrio con la fuente, además deben mantener una relación cordial, para asegurarse de obtener información sobre el protagonista del incidente, pero no deben caer en una situación de demasiado cordial o amical, ya que esto puede impedir su desempeño sea crítico y justo en ese momento.

1.2.4.1. Deontología en Periodismo Deportivo

Como todo profesional, los periodistas deportivos deben considerar sus principios éticos y morales, y su principal objetivo es mantener la imparcialidad (Alcoba, 2005) señaló que los periodistas deportivos son observadores aún más imparciales y deben estar preparados únicamente dar opiniones honestas y realistas. Esto no quiere decir que la crónica que escriban no sea subjetiva, porque depende de cada situación y acontecimiento que se da en cada justa deportiva.

Es por ello, por lo que el periodista deportivo debe ser creativo a la hora de realizar su producto, debe tener en cuenta tanto la coherencia como la cohesión. Debe buscar una reacción en el lector, para ello puede utilizar como estrategia el uso de oraciones interrogativas, de manera que despierte en el lector determinados sentimientos, en otras ocasiones puede utilizar oraciones imperativas, exclamativas... etc.

1.2.5. Periodismo deportivo en señal abierta

1.2.5.1. Periodismo deportivo informativo

El periodismo deportivo es una especie de periodismo profesional dentro de los géneros periodísticos, que enriquece la narrativa simple de los acontecimientos del mundo deportivo. Esta especialización de la actualidad deportiva permite el lanzamiento de sub-profesiones informativas basadas en disciplinas o actividades deportivas (noticias de fútbol, pista y campo, natación, voleibol ...) y también incorporan herramientas como entrevistas, artículos, reportajes o columnas.

Con esto se inicia el paso de las crónicas deportivas a los periodistas deportivos; por lo tanto, solo es posible distinguir lo que sucedió en ciertos eventos deportivos (o lo que sucedió en radio y televisión). “El periodismo deportivo se adelanta al periodismo cultural porque supera la acepción más extendida del periodismo especializado, aquella donde el único requisito es la separación de la información en ciertas *áreas de especialización*”. (Berganza, 2005, p. 107)

Pero más allá de la especialización técnica, es más bien un periodismo especializado en deportes, justo al mismo rango que las secciones culturales que, según Dallal (2003) “publicaban asimismo novelas por entregas, noticias insólitas, descripciones seudocientíficas de fenómenos naturales, cronologías, y daban a conocer otros textos que ‘amenizaban’ la lectura; por ejemplo, los relativos a inventos, descubrimientos y viajes”. (p.154)

Además del aporte del periodismo deportivo para la estructura del periodismo moderno y la teoría del periodismo profesional, también tiene una característica: entender la información como entretenimiento, que es el principio de que el periodismo también es entretenido. En esta época, se puede decir que la industria de las noticias ha dejado la información en un segundo plano, y le gusta lo llamativo y la inmediatez, o simplemente lo que significa más ventas a través de recursos publicitarios.

Esta controversia entre lo informativo y el entretenimiento, ha llevado a reclamos hacia la aparición de eventos o especialidades llamadas infotainment. Es así como el periodismo deportivo es menospreciado entre los profesionales de la información periodística, debido a su nivel de infoentretenimiento.

1.2.5.2. La crónica en el periodismo deportivo

Otro género de noticias utilizado dentro del periodismo deportivo es la crónica, que incluye historias que describen eventos de interés colectivo de manera continua y oportuna. Responsable de recrear el entorno en el que ocurrió el evento, para que la audiencia, público o lectores tengan un claro entendimiento de lo que está sucediendo, porque no solo deben saber lo que sucedió, sino también cómo interpretar el evento.

Dentro de esto, el periodista de opinión no trata de informar y describir el hecho en específico, sino que, supone que ya es conocido por los lectores y esto gracias al periodismo informativo, quienes son los que tienen como objetivo analizarlo y profundizar la noticia a fin de encontrar sus causas, ver si existen relaciones y cuáles son los propósitos que tienen los protagonistas, esto con la finalidad de desmenuzar el acontecimiento para descubrir su significación dentro de su contexto.

Finalmente, en el campo del periodismo de opinión pública, es imposible determinar con claridad en qué parte del texto hay solo información y dónde comienzan las opiniones del autor, porque en la práctica no solo hay pura información u opiniones, sino también una mezcla de ambas. Sin embargo, lo que define la intención de este artículo es el tono y los recursos elegidos por el autor, son las huellas que deja el párrafo, como su firma indeleble.

1.2.6. Lo femenino y el deporte

El origen del deporte moderno no es el mundo de la mujer, además, los hombres no toleran la presencia de la mujer en ellos, por lo tanto, a diferencia de los deportes masculinos, la historia de los deportes femeninos comenzó con las demandas de las mujeres. Incluso hoy en día, cuando el número de mujeres en el deporte es muy elevado, siguen siendo objeto de un trato desigual y comportamientos discriminatorios, especialmente en deportes relacionados con clubes y federaciones.

Desde una perspectiva histórica, la postura de rechazo a la participación de la mujer en el deporte va acompañada de comentarios patriarcales, que determina lo que pueden o no pueden hacer en este campo. Como en muchas

otras áreas de la vida, los médicos, los padres y los pastores son los responsables de transmitir estas normas. Sobre la base de estas consideraciones, se han formulado prescripciones muy específicas para deportes adecuados para mujeres y aquellos que no lo son para mujeres.

Desde la transición, las mujeres se han ido integrando paulatinamente a las actividades deportivas, aportando sus propios valores y formas de hacer las cosas, especialmente las deportistas de élite, a pesar de ser más discriminadas, tienen una mayor autoexigencia.

También cabe señalar que la exclusión social está relacionada con la participación de la mujer en determinados deportes. Cuanto más lejos están del estereotipo de la hegemonía femenina, mayor es la probabilidad de rechazo, como el boxeo, el rugby y el levantamiento de pesas.

1.2.7. La incursión de la mujer en el ámbito deportivo

La incursión de la mujer en el ámbito deportivo es una de las tareas que se tiene pendiente en el deporte, ya que su incorporación en esta práctica en los últimos 25 años, no se contempla en un desempeño laboral continuo, ni tampoco relevante, a no ser que sea de entrenadora, pero solo de deportes netamente femeninos.

Por otro lado, ya no resulta extraño ver un rostro femenino en los canales deportivos o canales de señal abierta presentando la información deportiva en general, ha sido interesante ver cómo ha mejorado la situación de la mujer en los medios.

En las radios, las voces femeninas se escuchan con más frecuencia hablando de fútbol, al igual que en recintos deportivos los fines de semana y de

entre semana. Cada vez más mujeres escriben artículos en los grandes periódicos deportivos, y se va reconociendo su estilo literario deportivo, lo que indica que han asumido su papel en el mundo del deporte.

En los últimos diez años, la promoción de la mujer en los medios ha traído nuevos cambios a la industria del periodismo deportivo, Alejandra del Solar, Alexandra Horler, Romina Antoniazzi, Ana Lucía Rodríguez, Carolina Salvatore y Talía Azcárate, son las mujeres más famosas del país, las que rompieron tabúes, cogieron micrófonos y se hicieron un nombre en el periodismo deportivo.

Demoró años, para que una mujer informara sobre temas relacionados al deporte y que la imagen de ellas deje de ser una tarea pendiente, pero se demostró que no es tarde para revertir algunos paradigmas y modelos que se impusieron en la sociedad peruana. Hoy en día, hay muchas periodistas que desempeñan su labor sin este prejuicio.

En la actualidad el nivel de preparación, compromiso y desenvolvimiento que tiene cada una de ellas, permite que hagan historia y marquen un hito en el periodismo deportivo peruano.

Paradigmas y costumbres culturales hacen que el deporte solo sea un papel masculino y no uno femenino según épocas, usos y costumbres, sin embargo, hoy en día el ser mujer no detiene que quiera desempeñar cualquier oficio o profesión, eso ha quedado claro.

Los estereotipos y patrones culturales marcan ya una condicionante respecto a las niñas desde la infancia más temprana; estos tratos diferenciados, (ejercidos por quienes son los responsables de la

socialización: padres, docentes, entrenadores), hacen que se vayan cultivando las identidades tanto en las niñas, como también en los niños. (Fumero, 2016; p. 45)

El periodismo deportivo, así como el rendimiento deportivo, está diferenciado, no solo por las características biológicas, sino también por el aspecto social, cultural y psicológico, donde es realmente que están marcadas y reglamentadas las pautas que diferencian a hombres y mujeres.

Como muchas otras actividades y ocupaciones, las mujeres tienen el mismo interés en los deportes que los hombres, pero (las cifras son obvias), todavía no practican tantos deportes como los hombres. En lo que respecta a la psicología, esta asegura que esto se debe a diferencias en el sentido de éxito y desempeño de las mujeres, las mujeres suelen tener éxito sobre la base del dominio y la superación personal, cuando los hombres buscan resultados frente a sus oponentes.

En el siglo pasado, mujeres y hombres practicaron deportes en todos los demás campos sociales. Aquellas pioneras que participaron en deportes competitivos reconocieron el modelo masculino y mostraron características más competitivas y de rendimiento que otras mujeres (hablando siempre de modelos que se han establecido antes).

Estas promotoras abrieron el camino para el desarrollo del deporte, pero no lograron que otras mujeres se identificaran con sus principios de conducta deportiva o competitiva, por el único hecho es que no eran modelos seguidos dentro del ámbito de la identidad femenina que, en esos momentos, se estaba trabajando duro para consolidarla.

Lo que hay que analizar es lo siguiente: si las mujeres que realizan ejercicio físico lo hacen porque están de acuerdo con los valores y patrones que se cultivan en torno a la competencia, y el valor intrínseco de buscar el mayor éxito radica en una nueva identidad femenina que no cambia con el tiempo.

1.2.7.1. La relación mujer-cuerpo

La relación entre las mujeres y sus cuerpos debe ser uno de los mayores cambios desde que la sociedad ha presenciado la invasión del mundo por las mujeres. Según Martín, (2012), en el pasado, la mujer, no tenía cuerpo propio, tuvo que dedicarse a ser madre y utilizar otros valores para medir su imagen corporal, porque este es precisamente el único papel que le reserva la sociedad. Desde que las mujeres ingresaron a la educación, la investigación y otros campos científicos, el concepto de imagen corporal ha cambiado tanto que parece que las mujeres han recuperado el control sobre sus cuerpos. Pero ¿es esto cierto? ¿O se está presenciando otro patrón cultural que no todos pueden reconocer?

La imagen de una mujer ideal se mide por la belleza, la delgadez y la juventud, por otro lado, todo el trabajo científico y artístico se dedica a lograr este objetivo. Bajas en calorías, pastillas para adelgazar, antienvjecimiento, anticonceptivos, terapia de relajación, terapia antiestrés, psicoterapia y, por supuesto, las recomendaciones de tratamiento quirúrgico han ido aumentando desde la infancia, para no llegar a ancianos con riesgo. (Berganza & Del Hoyo, 2016)

Esta garantía de belleza y sus productos otorga a las mujeres el derecho a la juventud, la seguridad, la libertad y la autonomía, ignorando el impacto negativo que pueden tener en la salud y el bienestar.

La imagen femenina ideal es una imagen que debe lucir de 30 años o menos, es decir, aun joven y normalmente para ello se ha sometido a todo tipo de cirugía, cirugía estética, reconstructiva, plástica, y muchas veces sometida a químicos que revitalizan su imagen y esto debe lograrse a toda costa. (Berganza & Del Hoyo, 2016)

El deporte es una actividad diferente a lo que la sociedad espera que las mujeres se identifiquen, por lo que las actividades físicas de las mujeres son las que pueden hacerlas lucir más hermosas, más delgadas o jóvenes, y lo más importante, divertidas. (García, Flores, Rodríguez, Brito, & Peña, 2008), por lo tanto, aparecieron el fitness, el baile, el fitness, los aeróbicos. Esperando que mujeres, niñas y jóvenes elijan.

En este sentido, las mujeres siempre han estado por delante de los hombres en este camino. Para las mujeres, la expectativa de hoy es que tengan una imagen corporal perfecta, un rostro radiante y un maquillaje completo para apoyar el ajetreo de la vida diaria, e incluso así debe verse increíble. Los hombres no están libres de esta "necesidad" social.

Tanto hombres como mujeres son esclavos de *la buena presencia* y siempre están *en busca de una buena presencia*. Estos se identifican con las imágenes que crean, inspirando así la *aceptación* caprichosa del individuo, de las apariencias y comportamientos. Parece que el deporte no ha logrado el propósito de mejorar esta imagen, por lo que, para la sociedad, especialmente las mujeres, no es aceptable, porque la expectativa del deporte está puesta en la masculinidad, está orientada mucho al desarrollo muscular, desarrollo de un perfil masculino. (Torres, 2018)

1.2.7.2. El papel del deporte en la nueva concepción de la imagen femenina

Se debe analizar el concepto de deporte, así como las opiniones de la mayoría de las personas de la sociedad sobre el concepto de deporte, desde esta perspectiva, que realmente se dedica al deporte. Si piensa en el deporte como cualquier actividad con el propósito de competir, es obvio que todo, desde participar en los Juegos Olímpicos, organizar competiciones hasta celebrar competiciones cercanas, es beneficioso para los hombres.

El deporte es sinónimo de preparación y entrenamiento, es lograr un cierto nivel de competencia física, técnica y táctica para ayudar a lograr un rendimiento óptimo. Otras actividades deportivas (aeróbic, baile, taekwondo, ciclismo) tienen funciones similares a las preparaciones, que pueden lograr preparaciones y mejorar la condición, salud o belleza.

Los deportes recreativos no persiguen el mejor rendimiento, por lo que no necesitan una preparación cuidadosa, deben clasificarse en una categoría y no deben confundirse con los deportes representativos, esto suele ser un error que se comete al investigar para determinar si se debe realizar un deporte. Si la población se mueve, quién se mueve, dónde y por qué.

Otro error es considerar actividades recreativas, gimnasia, caminar, bailar, gimnasia de estilismo y cualquier actividad derivada de la moda, que se espera que hagan que las mujeres se ejerciten para obtener la imagen que quieren.

Hoy, los mismos valores ancestrales se asientan en los cimientos superficiales contra los que las mujeres siguen luchando, esos que significan la

falta de voluntad, dependencia, inseguridad, falta de perseverancia y perseverancia para el trabajo de la mujer. (Berganza & Del Hoyo, 2016)

Por tanto, para mantener una imagen adecuada, se debe realizar actividades que no requieran de "sacrificio" físico o "esclavitud"; para ello, es más fácil pasar por quirófano, nutricionista, clínica de belleza y tener un entrenador personal, lo que no permita o genere cansancio, solo que haga perder grasa sin hacer que los músculos crezcan demasiado, o realizar ejercicios que hagan perder la forma femenina, porque estos valores no nos corresponden, porque se consideran masculinos.

Hoy en día, la gente se ha dado cuenta de que las mujeres también son muy inteligentes, pueden entrar de lleno al mundo laboral y profesional y ser comparadas con los hombres, pero eso va de la mano el cuerpo perfecto y una autoimagen que sea aceptada por los demás, es así como la esclavitud del cuidado exterior, no le permite deshacerse de su dependencia de la apariencia física.

Lo cierto es que con una mujer como protagonista y lo que quiere obtener de sí misma, y respetando el deseo que quiere lograr, con esta belleza natural, dinámica corporal, delgadez, sin músculos claros, sin arrugas, debe evolucionar. Para tener su propio estilo de vida y la imagen de una mujer perfecta por sí misma. (Espejo, 2016)

Las mujeres que apuestan por el deporte de alto rendimiento tendrán los valores para responder a esta actividad dentro de las características y requerimientos necesarios, y no serán vistas como más ni menos femeninas, porque el campo al que ingresaron todavía se considera un campo masculino.

Si bien las mujeres que abandonaron los estereotipos han avanzado, siguen insistiendo en mantener los estereotipos. El trato a los deportistas y a los hombres sigue siendo diferente, sobre todo los medios de comunicación que enfatizan la relación entre el deporte y la vida personal, familiar y profesional, enfatizan que hay poco tiempo para encontrar tales oportunidades de logros deportivos, para que los deportistas puedan "convertirse en mujer" y Juega el papel de madre, novia o esposa, amiga y estudia o trabaja. (De los Rios & Martinez, 2016)

El deporte competitivo debe considerarse como una actividad en la que las mujeres pueden desarrollarse como los hombres, por ejemplo, en la política, la ciencia y todas las demás actividades, hay igualdad de oportunidades para obtener los mejores resultados.

En los programas deportivos de televisión y radio de fin de semana, podemos ver que no hay directoras, ni siquiera comentaristas, o incluso casi ninguna. Si hay mujeres en estos procedimientos, se suelen realizar entrevistas o cuestiones menores.

En el país, son muchas las mujeres a las que les gusta y son apasionadas por el deporte, y tratan de demostrar que comprenden y tienen la misma capacidad que los compañeros masculinos para dedicarse a esta profesión. En algunos casos, incluso las mujeres tienen una ventaja sobre sus pares a la hora de obtener entrevistas o información sensible, que puede que los deportistas no les proporcionen, pero que con su compañía pueden relajarse y ganar la confianza necesaria para lograr los mejores resultados.

En el país, se ha encontrado muchas mujeres que han ingresado con éxito a la industria y han encontrado un lugar en ella. Tienen que luchar para conseguir

este objetivo, es difícil posicionarse, pero con éxito se han ganado la acogida del público, se han ganado el reconocimiento en el acto y han conquistado a la audiencia comentando deportes como Daniella Fernández, Jeanet Sosa, Vanessa Herrera, Pamela Ríos Calmet, etc.

Como señala, (Perez, 2020) en los últimos años las mujeres han desarrollado un fuerte interés por los deportes, especialmente el fútbol, y este año, 41 mujeres participaron en estadios y villas deportivas. Todas las reporteras deportivas femeninas, han adquirido mayor relevancia y hay tres mujeres importantes que se destacaron en el mundo de la información deportiva y cambiaron la historia, Talía Azcárate, Rosa Muñoz y Camila Zapata, ellas han marcado un quiebre en el periodismo deportivo, luego de protagonizar el primer partido de la Liga 1 narrado solo por mujeres.

Ellas son pioneras de la TV, Talía Azcarate, apuesta por el fútbol, su presencia en el diario es muy destacada, por otro lado, a nivel internacional Mercedes Milá, es también pionera en el mundo audiovisual y está comprometida con el mundo del fútbol y se convirtió en la primera mujer que entrevistó a Johan Cruyff en directo, y ello le ha permitido cosechar una un gran éxito y relevancia en el mundo del futbol.

En los últimos diez años, con la aparición de nuevos conceptos de noticias deportivas, ha aumentado el número de mujeres que ofrecen programas y noticias, especialmente en televisión. Muchos de ellos incluso se han ganado el título de estrellas mediáticas e incluso se han convertido en noticia, como Sara Carbonero en Telecinco. La estación de televisión pública de China, TVE, es la estación de televisión con el mayor número de mujeres en su fuerza laboral.

En Alemania, las mujeres se han vuelto más importantes. En este país hay un mayor desarrollo, por lo que la periodista deportiva Claudia Neumann se convirtió en la primera mujer narradora de fútbol de su país durante la Copa de Europa 2016. Esto muestra el género progresivo de las mujeres en este país. (Espejo, 2016)

1.3. Definición de términos

Ciencia: Nombre genérico de las distintas ramas del saber humano, en especial las que tienen el mundo natural o físico o la tecnología como materias de estudio.

Crónica: Narración histórica, generalmente escrita, que recoge los hechos en el orden cronológico en el que sucedieron.

Cultural: Lo cultural hace referencia a la cultura, como creación humana, y conjunto de valores, creencias, objetos materiales, ideología, religión y costumbres en general, de una determinada sociedad.

Deporte: Actividad o ejercicio físico, sujeto a determinadas normas, en que se hace prueba, con o sin competición, de habilidad, destreza o fuerza física

Estereotipo: Idea, expresión o modelo estereotipados de cualidades o de conducta.

Noticia: Comunicación o informe que se da acerca de un hecho o un suceso reciente, en especial si se divulga en un medio de comunicación.

Periodismo: Profesión que comprende el conjunto de actividades relacionadas con la recogida, elaboración y difusión de información actual o de interés para transmitirla al público a través de la prensa, la radio o la televisión.

Protagonista: Persona o cosa que desempeña el papel principal en una obra, un hecho o un acontecimiento.

Televisión: Sistema de transmisión de imágenes y sonidos a distancia por medio de ondas hertzianas.

Valores: Los valores son los principios, virtudes o cualidades que caracterizan a una persona, una acción o un objeto que se consideran típicamente positivos o de gran importancia para un grupo social.

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de hipótesis principal y derivadas

2.1.1. Hipótesis principal

H1 El rol que cumple la mujer profesional en periodismo deportivo ha tenido impacto positivo en los canales de señal abierta en los últimos 10 años.

2.1.2. Hipótesis derivadas

- El periodismo deportivo ha evolucionado positivamente en los programas deportivos de señal abierta en el Perú.
- Los estereotipos femeninos han cambiado positivamente en los programas deportivos limeños.
- El aporte de la mujer profesional es importante para el periodismo deportivo en los canales de señal abierta limeño.

2.2. Variables y definición operacional

2.2.1. Definición operacional:

Tabla 1

Definición conceptual de variable Rol de la mujer

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Rol del periodista deportivo mujer	Social	Nivel de Identificación
		Incorporación al mercado laboral
		Veracidad
	Profesional	Conocimientos
		Objetividad
		Valoración de la mujer profesional
	Cultural	Participación social
		Aceptación del público

Tabla 2

Definición conceptual de variable Periodismo Deportivo

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Periodismo deportivo	Informativa	% de notas (informativa, de opinión e interpretativa)
		% de eventos cubiertos (futbol y vóley)
	Crónica	Línea de tiempo (Cronología inversa)
		Anécdotas
		Clásica
		Enfoque

2.2.2. Definición conceptual de las variables

a. Periodismo deportivo:

Básicamente, el periodismo deportivo se ocupa de informar acerca de los torneos y competencias que se llevan a cabo en cada disciplina, tanto en el plano local como en el internacional, tal es el caso de los campeonatos nacionales, provinciales y municipales o de los mundiales, respectivamente. (Alvarez, 2015)

b. Rol de la mujer

La mujer juega un gran rol en nuestra sociedad. No hay que pensar siempre que el hombre esté más capacitado para lo que sea. Es cierto que cada uno de los sexos tiene algo particular que aportar en la vida social. A veces se olvida que en la vida se complementa, no se compite. Tal vez olvidar ese principio es lo que frena a valorar a tantas mujeres de hoy. (Céspedes, 2012)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño metodológico

3.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de enfoque mixto, ya que se ha realizado un análisis cuantitativo de los datos recolectados mediante un cuestionario aplicado a jóvenes para conocer su percepción acerca de la participación de la mujer en el periodismo deportivo; además, desde la perspectiva cualitativa, se realizaron entrevistas a profundidad a cuatro periodistas de diferentes medios para profundizar en el análisis del problema de investigación. En este sentido Tashakkori y Teddlie (2003) citado en Barrantes (2014) dicen que el enfoque mixto puede ser comprendido como “(...) un proceso que recolecta analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio” (p. 100).

En la actualidad, algunos expertos pueden tener una posición más radical, y presentar una tendencia que se puede encontrar en algunos estudios que tratan de explicar los hechos (enfoques cuantitativos) y comprender los hechos (enfoques cualitativos). Esto permite eliminar posibles sesgos de investigación y asegura el proceso de investigación (Barrantes, 2014, p. 98).

De todo esto, se concluye que el objeto a estudiar son los hechos que se originan en la realidad del periodismo deportivo, que cada día ha ido adecuándose al ingreso de las mujeres y mediante la metodología científica se comprueba en la práctica el fenómeno estudiado a partir de los instrumentos cuantitativos y cualitativos necesarios. (Behar, 2008).

3.1.2. Nivel de investigación

La investigación es de nivel descriptivo, en este sentido realiza una aproximación a la evolución del rol de la mujer en el ámbito del periodismo deportivo, ya que por muchos años estuvo dirigido exclusivamente por hombres: con diálogos en vivo, las columnas en la prensa y en la radio los discursos y relatos. Sin embargo, ha ocurrido un fenómeno que abre caminos en los distintos medios, es de allí, que se describen los eventos y se complementan con el sustento teórico que le brinda un alcance científico, permitiendo así “...únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 92).

3.1.3. Diseño de investigación

La investigación utiliza el Diseño de Triangulación Concurrente (DITRIAC), este modelo es el más popular, ya que cuando los investigadores desean confirmar o corroborar los resultados, además de realizar una validación cruzada entre datos cuantitativos y cualitativos, se utiliza este modelo. Las ventajas de este método es minimizar las debilidades surgidas en la investigación. Este modelo, permite la interpretación y discusión, que explican los resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos y, por lo general, se compara en una base de datos. (Flick, 2012)

3.1.4. Método de investigación

Método hipotético-deductivo, ya que se trata de una investigación cuantitativa, Hernández, et al. (2014) dicen que "... la generalización o extrapolación de resultados hacia una población es una finalidad en sí misma..." (p. 189). Lo que implica que se estudia la incursión de la mujer en el periodismo deportivo buscando describir las consecuencias para llegar a generalizar los resultados.

3.2. Diseño muestral

3.2.1. Población

Para el presente estudio la población estuvo constituida por jóvenes que viven en la ciudad de Lima, que tengan como preferencia la información vertida por programas deportivos, quedando constituida por jóvenes de 18 a 35 años. El Instituto Nacional de Estadística (INEI) el 2016 brindó un informe acerca de la población peruana y Lima Metropolitana, específicamente que en los distritos de Breña existen 48 596 (Hombres) y 53 195 (Mujeres) de 18 a más; y en el distrito de Jesús María 47 396 (Hombres) + 61 037(Mujeres) de 18 a más.

Quedando constituida por jóvenes 15 y 29 años con residencia en Lima Metropolitana aproximadamente 2 millones 646 mil. Este rango es considerado por el investigador para llevar a cabo la recolección de la información.

3.2.2. Muestra:

La muestra es probabilística, para ello se ha realizado un cálculo mediante una fórmula que cuenta con el 95% de confianza y arroja un grado de error de 5%, que científicamente es permitido.

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población, valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza al 95% de confianza equivale a 1,96

e = Límite aceptable de error muestral que, 1% (0,01)

Por lo tanto, queda la muestra constituida por jóvenes de ambos sexos que tienen entre 18 y 35 años, de los distritos de Jesús María y Breña, a los que desarrollaron la encuesta de manera voluntaria. De allí que la muestra estuvo conformada por 394 jóvenes cuyas edades oscilaron entre 18 y 35 años que cumplieron con los criterios de inclusión y exclusión.

3.2.3. Análisis de confiabilidad

Con el fin que el instrumento, en este caso el cuestionario tenga la confiabilidad que necesita para minimizar errores, se ha procedido a aplicar el estadístico Alfa de Cronbach, que mide los índices de confiabilidad y se presenta el análisis del procesamiento de datos, del diseño muestral determinado para este estudio.

Tabla 3
Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	394	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	394	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Nota: el instrumento fue aplicado a una muestra representativa que cumple con los criterios de inclusión.

3.2.4. Índice de validez

Para efectos del informe de investigación el resultado de la validez incluye el índice de validez y las observaciones más importantes realizadas, tanto por los jueces como por los resultados obtenidos en las entrevistas y las encuestas.

Así, al presentar los resultados se afirma que en la Tabla 2 que la confiabilidad del instrumento utilizado es de 0,741, por lo que se concluye que el instrumento es confiable.

Tabla 4

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,741	14

Nota: la prueba de confiabilidad un nivel de aceptabilidad de 74.1%.

3.3. Técnicas de recolección de datos

La encuesta: Se utilizó este método para obtener información sobre opiniones, actitudes o sugerencias de los sujetos de la investigación, proporcionada por ellos mismos.

Microsoft Excel: Programa de análisis estadístico que facilitará la obtención de resultados de mis encuestas y cuestionarios, la codificación será el método que se utilizó para la clasificación de alternativas propuestas en ambas técnicas de recolección de datos.

3.4. Aspectos éticos

En la investigación se han considerado las fuentes primarias de preferencia, las cuales se citaron y referenciaron debidamente, dándole el crédito al autor, cuando así lo amerita.

Se asume el compromiso de respetar la norma de redacción, en toda su extensión y en este caso que es la Norma APA.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis de las encuestas

Teniendo en cuenta los objetivos del estudio se presentan los resultados cuyos datos obtenidos se han sistematizado mediante la elaboración de tablas que permiten hacer una descripción más precisa de los resultados.

Tabla 5
Género

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	MASCULINO	156	39,5%
	FEMENINO	238	60,4%
	Total	394	100,0%

Nota: En la tabla 5 se verifica que, de la muestra trabajada, el 60, 4% son de género femenino y el 39,5% son de género masculino.

Tabla 6
Edad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	18 - 20	42	10,65%
	21 - 23	66	16,75%
	24 - 27	69	17,51%
	28 - 30	91	23,09%
	30 - 32	63	15,98%
	33 - 35	63	15,98%
	Total	394	100%

Nota: En la tabla 6 se verifica que, de la muestra trabajada, el 23,09% fluctúan entre los 28 y 30 años, mientras que el 10,65% entre los 18 y 20 años.

1. ¿Con qué frecuencia Ud. ve programas deportivos?

Tabla 7
Frecuencia de vistas de programas deportivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	1 vez a la semana	6	1,5	1,5
	2 veces por semana	3	,8	,8
	3 a más veces por semana	18	4,6	4,6
	Todos los días	282	71,6	71,6
	No veo programas deportivos	85	21,6	21,6
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 7 se verifica que, de la muestra trabajada, el 71,6% indica que todos los días ve programas deportivos, mientras que el 0,8% ve programas deportivos 2 veces por semana.

2. ¿Cómo le gustaría que sean los programas deportivos?

Tabla 8
Preferencia en los programas deportivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Solo con comentaristas varones	8	2,0	2,0
	Solo con comentaristas mujeres	13	3,3	3,3
	En proporción de 2:1	42	10,7	10,7
	En igual proporción	140	35,5	35,5
	No sabe no opina	191	48,5	48,5
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 8 se verifica que, de la muestra trabajada, el 48, 5% no sabe o no opina cómo le gustaría que sean los programas deportivos, mientras que el 2% le gustaría que sólo sea con comentaristas varones.

3. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos que tienen más importancia en un programa deportivo?

Tabla 9
Aspectos de importancia en el programa deportivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Buena presentación	18	4,6	4,6
	Buenos comentarios	36	9,1	9,1
	Variedad de deportes	121	30,7	30,7
	Los presentadores	105	26,6	26,6
	Me da igual	114	28,9	28,9
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 9 se verifica que, de la muestra trabajada, el 30, 7% considera que uno de los aspectos más importantes del programa deportivo debe ser la Variedad de deportes, mientras que el 4,6% le gustaría que sea una buena presentación.

4. ¿En qué horario le gustaría poder ver los programas deportivos?

Tabla 10

Horario de preferencia para programas deportivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Por la mañana	50	12,7	12,7
	Por la tarde	103	26,1	26,1
	Por la noche	157	39,8	39,8
	Cada hora	46	11,7	11,7
	Me da igual	38	9,6	9,6
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 10 se verifica que, de la muestra trabajada, el 39,8% ve los programas deportivos por la noche, mientras que el 9,6% le da igual el horario.

5. ¿A través de qué medios preferiría sintonizar programas deportivos?

Tabla 11

Preferencia de sintonía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Radio	25	6,3	6,3
	Internet	28	7,1	7,1
	Televisión	62	15,7	15,7
	Cable	120	30,5	30,5
	Diarios o revistas	159	40,4	40,4
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 11 se verifica que, de la muestra trabajada, el 6,3% preferiría sintonizar programas deportivos por la radio, mientras que el 40,4% preferiría sintonizar programas deportivos en diarios y revistas.

6. ¿Cuál de los siguientes nombres está más asociado con el periodismo deportivo?

Tabla 12
Nombres asociados al periodismo deportivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Alexandra Del Solar	179	45,4	45,4
	Carolina Salvatore	21	5,3	5,3
	Romina Antoniazzi	50	12,7	12,7
	Andrea Closa	133	33,8	33,8
	Milena Merino	11	2,8	2,8
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 12 se verifica que, de la muestra trabajada, el 33,8% asocia al periodismo deportivo femenino a Andrea Closa, mientras que el 2,8% asocia a Milena Merino.

7. Del 1 al 5 cuán bueno le parece la aparición de más periodistas deportivas (mujeres) en televisión de señal abierta. (Donde 5 es la calificación más alta)

Tabla 13
Calificación a la figura femenina del periodista deportivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Pésimo	25	6,3	6,3
	Malo	28	7,1	7,1
	Bueno	62	15,7	15,7
	Muy bueno	120	30,5	30,5
	Excelente	159	40,4	40,4
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 13 se verifica que, de la muestra trabajada, el 40,4% le parece que la aparición de más periodistas deportivas (mujeres) en televisión de señal abierta es

excelente, mientras que el 6, 3% le parece pésimo.

8. ¿Su programa deportivo cuenta con la participación de una mujer?

Tabla 14
Participación femenina

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	316	80,20	80,21
	No	78	19,79	19,79
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 14 se verifica que, de la muestra trabajada, el 80,2% responde que su programa deportivo cuenta con la participación de una mujer, mientras que el 19,79% responde que no.

9. ¿Cómo calificaría Ud. el desempeño de una mujer en los programas periodísticos deportivos en los canales de señal abierta?

Tabla 15
El desempeño de la mujer

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Pésimo	8	2,0	2,0
	Malo	13	3,3	3,3
	Bueno	42	10,7	10,7
	Muy bueno	140	35,5	35,5
	Excelente	191	48,5	48,5
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 15 se verifica que, de la muestra trabajada, el 48,5% califica el desempeño de una mujer en los programas periodísticos deportivos en los canales de señal abierta como excelente, mientras que el 2% responde que lo califica como pésimo.

10. ¿Por qué cree que usted que existe poca presencia femenina en el periodismo deportivo en los canales de señal abierta?

Tabla 16

Poca presencia de la mujer en canales de señal abierta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Existe poca importancia del periodismo deportivo.	18	4,6	4,6
	Falta de preparación profesional de parte de los periodistas.	36	9,1	9,1
	Falta de interés	114	28,9	28,9
	Emigración a la señal de cable con mejores ofertas laborales	121	30,7	30,7
	Falta de competencias deportivas que generen noticias en canales de señal abierta	105	26,6	26,6
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 16 se verifica que, de la muestra trabajada, el 48,5% cree que existe poca presencia femenina en el periodismo deportivo en los canales de señal abierta porque prefieren emigrar a la señal de cable con mejores ofertas laborales, mientras que el 4,6% responde que es porque existe poca importancia del periodismo deportivo.

11. ¿Qué opina de la presencia femenina en los programas deportivos de los canales de señal abierta?

Tabla 17

Opinión de la presencia femenina

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Esta por su imagen	157	39,8	39,8
	Tiene conocimiento sobre el tema	103	26,1	26,1
	Gana más audiencia con la presencia de la mujer.	50	12,7	12,7
	Presenta comentarios más centrados	46	11,7	11,7
	N.A.	38	9,6	9,6
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 17 se verifica que, de la muestra trabajada, el 39,8% opina que la presencia femenina en los programas deportivos de los canales de señal abierta se debe a su imagen, mientras que el 9,6% no sabe por qué de su presencia.

12. ¿Cree usted que la mujer tiene el mismo nivel de cualidades que un hombre para hablar de temas deportivos?

Tabla 18
Las cualidades de la mujer periodista deportivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	394	100,0	100,0
	No	0	0,0	0,0
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 18 se verifica que, de la muestra trabajada, el 100,0% cree que la mujer tiene el mismo nivel de cualidades que un hombre para hablar de temas deportivos.

13. ¿Cree usted que la sociedad ha impuesto la figura masculina dentro del periodismo deportivo?

Tabla 19
Imposición de la figura masculina

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	394	100,0	100,0
	No	0	0,0	0,0
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 19 se verifica que, de la muestra trabajada, el 100,0% cree que la sociedad ha impuesto la figura masculina dentro del periodismo deportivo.

14. ¿Por qué cree usted que la mujer ha estado discriminada de los programas deportivos?

Tabla 20
Discriminación de la mujer

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Porque no es capaz de analizar los deportes como un varón	30	7,6	7,6
	Porque no es una profesión hecha para las mujeres	49	12,4	12,4
	Porque no saben de deportes	87	22,1	22,1
	Porque ellas no se han impuesto	106	26,9	26,9
	N.A	122	31,0	31,0
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 20 se verifica que, de la muestra trabajada, el 31,0% no sabe porque la mujer ha estado discriminada de los programas deportivos, mientras que el 7,6% cree que es por no es capaz de analizar los deportes como un varón.

15. Cree Ud. que si en los programas deportivos transmitidos por canales de señal abierta tuvieran participación notable las mujeres. ¿Tendrían una variación en su audiencia?

Tabla 21
La audiencia en programas donde participan mujeres periodistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Mucho.	9	2,3	2,3
	Poco	10	2,5	2,5
	A Veces	34	8,6	8,6
	Nada	94	23,9	23,9
	Algo	247	62,7	62,7
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 21 se verifica que, de la muestra trabajada, el 62,7% cree que los programas deportivos transmitidos por canales de señal abierta tuvieran participación notable las mujeres y tendrían algo de variación en su audiencia, mientras que el 2,3% cree que tendrían mucha variación en su audiencia

16. Considera que en las mujeres que se destacan dentro del ejercicio profesional del periodismo deportivo hay seguridad al momento de emitir un comentario deportivo

Tabla 22
Seguridad de la mujer al emitir comentarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Mucho.	138	35,0	35,0
	Poco	105	26,6	26,6
	A Veces	60	15,2	15,2
	Nada	50	12,7	12,7
	Algo	41	10,4	10,4
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 22 se verifica que, de la muestra trabajada, el 35% considera que las mujeres que se destacan mucho dentro del ejercicio profesional del periodismo deportivo y hay seguridad al momento de emitir un comentario deportivo mientras que el 10,4% cree que solo destaca algo.

17. Considera Ud. ¿Que la mujer puede desarrollar un excelente rol dentro del periodismo deportivo?

Tabla 23
Rol de la mujer en el periodismo deportivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Mucho.	127	32,2,0	32,2
	Poco	13	3,3	3,3
	A Veces	41	10,4	10,4
	Nada	12	3,0	3,0
	Algo	201	51,0	51,0
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 23 se verifica que, de la muestra trabajada, el 32,2% considera la mujer puede desarrollar un excelente rol dentro del periodismo deportivo mientras que el 3,3% cree que solo un poco.

18. Considera Ud. Que en la actualidad existan tabúes sexistas que limitan la participación de la mujer dentro del ejercicio profesional del periodismo deportivo

Tabla 24
Existencia de tabúes sexistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Mucho.	8	2,0	2,0
	Poco	21	5,3	5,3
	A Veces	44	11,2	11,2
	Nada	140	35,5	35,5
	Algo	181	45,9	45,9
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 24 se verifica que, de la muestra trabajada, el 45,9% considera que en la actualidad hay algo de tabúes sexistas que limitan la participación de la mujer dentro del ejercicio profesional del periodismo deportivo mientras que el 2,0% cree que hay mucho.

19. ¿Según su criterio qué ayudaría a la mujer a interesarse y participar activamente en el periodismo deportivo?

Tabla 25
Interés de la mujer en participar en los programas deportivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Un salario acorde a sus capacidades.	43	10,9	10,9
	Un mismo trato para hombres y mujeres.	136	34,5	34,5
	Confianza en sí misma.	75	19,0	19,0
	Romper complejos de estereotipos sociales.	109	27,7	27,7
	Otros	31	7,9	7,9
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 25 se verifica que, de la muestra trabajada, el 34% considera que un mismo trato para hombres y mujeres ayudaría a la mujer a interesarse y participar activamente en el periodismo deportivo mientras que el 7,9% cree que son otras las que ayudarían.

20. Finalmente, los canales de señal abierta dan más importancia al estereotipo de mujer modelo que a la capacidad profesional en el periodismo deportivo

Tabla 26
Los canales de señal abierta dan importancia a la mujer

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Mucho	21	5,3	5,3
	Poco	23	5,8	5,8
	Algo	40	10,2	10,2
	Nada	145	36,8	36,8
	A Veces	165	41,9	41,9
	Total	394	100,0	100,0

Nota: En la tabla 26 se verifica que, de la muestra trabajada, el 41,9% considera que a veces los canales de señal abierta dan más importancia al estereotipo de mujer modelo que a la capacidad profesional en el periodismo deportivo mientras que el 5,3% cree que es mucho lo que los canales de señal abierta dan más importancia al estereotipo de mujer modelo que a la capacidad profesional en el periodismo deportivo.

4.2. Análisis de las entrevistas a expertos

¿Qué géneros periodísticos son los que ha trabajado antes del deportivo?		
N°	EXPERTO	OPINIÓN
1	Ana Lucía Rodríguez 	Desde que empecé en mi profesión como periodista, siempre estuve ligada a lo deportivo. Desde el 2011 al 2015 en el Diario Depor (Grupo El Comercio). Luego desde el 2016 hasta la actualidad en el canal de televisión GOLPERU.
2	Camila Zapata 	He realizado coberturas periodísticas de género policial, sucesos, política, economía, cultura y prensa en general.
3	Andrea Closa 	Antes, ninguno. Si bien en el año 2012 realicé prácticas en un canal online, mi cargo fue de editora audiovisual. En 2013 pasé a formar parte del Diario Depor, marca deportiva del Grupo El Comercio. Sin embargo, ya en RPP, me ha tocado alternar en otro tipo de periodismo, como lo es el periodismo político y social, dependiendo de la coyuntura. Me tocó estar, por ejemplo, en la cobertura del cierre del congreso del año 2019. Además, durante la pandemia, tuve que hacer también notas respecto al día a día de las personas. Asimismo, durante las marchas en contra del gobierno de Merino también me tocó salir a cubrir.
4	Jeanet Sosa 	Antes del periodismo deportivo, trabajé en pequeñas agencias de marketing digital, en realidad estudié comunicación y publicidad en la UPC 5 años, entonces empecé en el mundo de las comunicaciones vinculadas al marketing digital, al marketing o departamentos de comunicación en general. Estaba en una ONG liderando el área de comunicaciones, también agencias pequeñas de marketing digital, estuve en un SPA, en el área de comunicaciones. Luego de eso, ya estudié periodismo deportivo e hice prensa escrita en el diario Depor y justo estuve en la época en el que también se hacía muchas notas digitales, en la época de Convergencia Semanal en el diario Depor, del grupo El Comercio.

Análisis de contenido: De los expertos consultados en relación con los géneros periodísticos con los que ha trabajado antes del deportivo, la mayoría coincide que, antes de trabajar en medio deportivos, además de haber hecho notas de coyuntura, se desempeñaron en otras áreas del periodismo. Solo la periodista Ana Lucía Rodríguez, indica que, desde sus inicios, lo hizo en el periodismo deportivo.

¿Puede describir cuál ha sido la aceptación que tuvo dentro de ellos?		
N°	EXPERTO	OPINIÓN
1	Ana Lucía Rodríguez 	Bastante buena. Jamás tuve algún problema en el ambiente donde trabajé. Me trataron por igual que a mis compañeros hombres. Es más, hoy en GOLPERU cumplo un rol importante, en las transmisiones de los partidos. Estando en los encuentros más importantes de la fecha.
2	Camila Zapata 	En el medio es importante encontrar una adaptación, aceptación y conexión con el público, fuentes y colegas pues son los principales canales de acceso a la información. Es por ello, que la aceptación se convierte en un paso previo y primordial en el inicio de la carrera periodística. En mi caso, he logrado ser aceptada en estos géneros sin tener mayores dificultades.
3	Andrea Closa 	Buena aceptación. Los encargados de dicha área quedaron satisfechos. Sin embargo, mi puesto pertenece al área de deportes.
4	Jeanet Sosa 	Yo creo que se ha avanzado un poco en términos de igualdad de género. En general, creo que de todas maneras siempre cuando ven una mujer periodista, de repente dudan de la pregunta que pueda hacer. Yo siento que sí, de todas maneras incluso en algún momento mi productor me dijo vamos a la videna porque entrena la selección y cuando llegamos algunos compañeros le dijeron que mejor es llevar a un periodista hombre porque sabe más de la selección y una mujer no sabe tanto. Entonces como que esa desconfianza todavía existe en el caso del periodismo deportivo, tal vez también haya desconfianza de la inexperiencia. Hay barreras que una tiene que pasar.

Análisis de contenido: De los expertos consultados en relación con describir cuál ha sido la aceptación que tuvo dentro de ellos. La mayoría coincide que, en efecto hay una buena aceptación, pero es relativa, ya que los medios se están adecuando a los nuevos tiempos y como tal, aún hay algunos que no aceptan abiertamente la presencia femenina. Todos coinciden en la importancia de adecuarse es vital, y esto ayuda a que se valore el trabajo de la mujer.

¿Cuáles son los obstáculos más grandes que ha tenido que vencer en estos géneros?		
N°	EXPERTO	OPINIÓN
1	Ana Lucía Rodríguez 	Los obstáculos para conmigo misma. Ser mejor cada día. Más responsable. Superarme a mí misma.
2	Camila Zapata 	Es un reto constante porque hay que trabajar para encontrar un espacio y reconocer que muchas veces ser mujer implica romper con barreras de imposición establecidas por el orden social machista. Los obstáculos que una encuentra tienen mucha relación con el machismo.
3	Andrea Closa 	Me parece que en la pandemia el principal obstáculo era la desesperación de la gente, pues muchas veces por la necesidad de comunicar sus problemas no tomaban en cuenta el distanciamiento social. Además, el peligro al que una se expone es inminente.
4	Jeanet Sosa 	Yo siento que el mayor obstáculo fue en el inicio de mi carrera, estuve en otros géneros, no estuve en el periodismo deportivo, las mayores barreras eran de repente la edad, la inexperiencia, que eran los primeros trabajos que tenía, entonces sí se siente un poco de desconfianza, tal vez de las cabezas de los grupos o de los de los gerentes de las empresas, de los jefes, que si lo vas a hacer bien o no, pero creo que a la vez es un buen punto de quiebre para demostrar que puedes asumir mayores responsabilidades.

Análisis de contenido: De los expertos consultados en relación con cuáles son los obstáculos más grandes que ha tenido que vencer en estos géneros. La mayoría coincide que, en efecto, el ser mujer ha sido el mayor obstáculo, pero que esto ha cambiado finalmente por su trabajo y su dedicación. Todos coinciden en la importancia de los aportes que vienen dando cada una de las empresas y los directores de producción, ya que es gracias a ellos que se va dando más cabida a las mujeres.

¿En qué se diferencia el trabajo de cualquier género periodístico, con el deportivo?		
N°	EXPERTO	OPINIÓN
1	Ana Lucía Rodríguez 	Me parece que no hay una diferencia. En lo deportivo también es vivir el día a día. Informar en el momento. Tal vez no siempre sea un acontecimiento de interés nacional. Pero lo considero como una rama importante.
2	Camila Zapata 	En nuestro país y en el mundo en general el deporte vive una etapa de profunda asociación con “lo entretenido”, “lo light”, “lo que tiene que divertir” y esa es su principal diferencia con otros géneros. Incluso, el género deportivo muchas veces se aleja del sentido original del periodismo porque no investiga y no contrasta. Se le ha limitado a este género al debate, a la entrevista, a lo descriptivo y a la primicia. Los intereses económicos, sobre todo en el fútbol, hacen que el periodismo pierda su sentido investigativo y crítico.
3	Andrea Closa 	Básicamente en dos puntos. El primero es que, para muchos, es la última rueda del coche. Entonces, pocas veces es prioridad ante los verdaderos problemas de la sociedad. El segundo es que la pasión del hincha, muchas veces, se convierte en un discurso machista y violento.
4	Jeanet Sosa 	Personalmente a mí me genera mucho más emoción el periodismo deportivo porque me encantan los deportes, me gusta verlos, practicarlos, seguirlos, me emociona como hincha también con diversos espectáculos deportivos, entonces, creo que esa cuota de emoción no le encuentro o no la encontraba aún en otro género. Tal vez, y en el día a día, en la chamba creo que se diferencia en los cambios que pueda haber la noticia.

Análisis de contenido: De los expertos consultados con relación a la diferencia el trabajo de cualquier género periodístico, con el deportivo. Todas coinciden que, la diferencia es grande, ya que están subestimadas como periodistas deportivas esto no se toma “en serio”, siempre se cree que este es solo divertimento, por lo que muchas veces, no son bien vistos quienes desarrollan este oficio.

Por otro lado, una de las cuestiones interesantes que saltó en la entrevista, es que la inmediatez ha hecho del periodismo deportivo algo impredecible.

¿Cómo observa los diferentes programas deportivos frente al resto de programas?		
N°	EXPERTO	OPINIÓN
1	<p>Ana Lucía Rodríguez</p> 	<p>Muchos de los programas deportivos son de debate. A comparación de los programas periodísticos, donde se comenta y ves un reportaje de investigación. En el ámbito deportivo son también noticias, pero son debate entre los personajes. Dar a conocer datos.</p>
2	<p>Camila Zapata</p> 	<p>Los programas deportivos tienen una característica que comparte con el resto de los programas: ambos centralizan. En prensa la noticia suele estar situada en Lima, la capital del país. Mientras que en los programas deportivos el foco está sobre el fútbol. Son pocos los noticieros que logran descentralizar la información deportiva. Los programas deportivos, además, en su mayoría, utilizan sobre todo a hombres para el rol de debate y comentarios/análisis/narración de partidos y a las mujeres para otros roles como presentación de noticias y solo en algunos casos narración y comentarios. En los programas de prensa la mujer ha encontrado una mejor posición.</p>
3	<p>Andrea Closa</p> 	<p>Depende, evidentemente, del programa con el que se compare, pues existe tanto periodismo de investigación, como periodismo de entretenimiento, entre otros. Incluso, en el periodismo deportivo televisivo hay muchos formatos también: dominicales, entrevistas, debates. La diferencia va acorde al contenido: quizá en el periodismo deportivo el lenguaje es un poco más coloquial.</p>
4	<p>Jeanet Sosa</p> 	<p>Los programas de periodismo deportivo suelen ser más dinámicos, la información es un poco más rápida, más corta tal vez frente a otros programas, igual siempre se busca entrevistados, siempre se busca tener alguna nota especial algún enlace no como en otros programas.</p>

Análisis de contenido: De los expertos consultados con relación a cómo observa los diferentes programas deportivos frente al resto de programas. Todas coinciden en la que el periodismo deportivo está en todos lados, pero que no hay paridad en cuanto a

presentadores, son pocas las mujeres que integran el panel en señal abierta, es más evidente en señal de cable.

Por otro lado, es centralista, es decir, todo está aquí en Lima capital, donde los programas deportivos, en su mayoría, utilizan sobre todo a hombres para el rol de debate y comentarios/análisis/narración de partidos y a las mujeres para otros roles como presentación de noticias y solo en algunos casos narración y comentarios.

Andrea Closa, periodista de RPP, manifiesta que Incluso, en el periodismo deportivo televisivo hay muchos formatos también: dominicales, entrevistas, debates. La diferencia va acorde al contenido: quizá en el periodismo deportivo el lenguaje es un poco más coloquial.

Desde su punto de vista, ¿cómo ha sido la incursión de la mujer en el mundo periodístico?		
N°	EXPERTO	OPINIÓN
1	Ana Lucía Rodríguez 	<p>Me parece que todavía hay un cierto porcentaje de machismo en general. Lo que sí, me parece, que ha ido de menos a más. En lo deportivo ha cambiado bastante. Antes era extraño ver a una mujer hablando de deportes, sobre todo de fútbol. Hoy ya no es así. Hay muchas mujeres opinando de varios temas. Tienen un rol bastante importante en cada medio.</p>
2	Camila Zapata 	<p>Es aún un camino de lucha y búsqueda de igualdad de oportunidades. Desde lo social, la posición laboral hasta lo económico, donde aún vemos diferencias marcadas. La incursión de la mujer en el mundo periodístico es la historia de la mujer en la historia del desarrollo de las sociedades, una historia de esfuerzo y dedicación.</p>
3	Andrea Closa 	<p>Lenta. Sin embargo, en los últimos años, se ha desterrado un poco el machismo que siempre existió en el fútbol y en el periodismo deportivo. De a pocos, distintas mujeres van demostrando que los deportes y los talentos no tienen género.</p>
4	Jeanet Sosa 	<p>Hay más mujeres, cada vez hay más chicas que no leen frontera y pueden dar su opinión, pueden hablar de fútbol, pueden incluso hablar de sistemas de fútbol de posiciones, de jugadores de opciones en ataque, etc. Entonces eso me da mucho gusto porque antes la mujer era un complemento en programa, era como que el adorno de un programa.</p>

Análisis de contenido: En relación con la pregunta cómo ha sido la incursión de la mujer en el mundo periodístico, las expertas consultadas se muestran muy escépticas en este tema, toda vez que, hacen hincapié que aún existe mucho machismo en el medio y que estos estereotipos son muy arraigados aún.

Asimismo, sostienen que el hecho de que aún la mujer es vista como un complemento en estos programas, como que el adorno. También la mayoría de los expertos cuestiona que, desde lo social, la posición laboral hasta lo económico, donde aún se ven diferencias marcadas.

¿Cómo han cambiado los últimos años, los programas periodísticos, con la incursión de la mujer?		o los programas periodísticos, con la incursión de la mujer?
N°	EXPERTO	OPINIÓN
1	Ana Lucía 	Ha ido de menos a más. Me parece igual que todavía se le tendría que dar más oportunidades a muchas jóvenes. En el ámbito deportivo, hay varios programas con chicas, pero me parece que todavía no se les da la plena confianza. No solo es tener a la chica al costado de un set y leer un telepronter. Hay que confiar más.
2	Camila Zapata 	Ha cambiado enormemente y configurado los roles sociales porque las mujeres que ocupan puestos de liderazgo son referentes para las niñas y otras mujeres. Durante muchos años vimos a los hombres siendo líderes de opinión mientras que las mujeres ocupaban otros roles de carácter pasivo. Hoy en día, la mujer ha asumido mayor protagonismo y es un avance importante en la construcción de una sociedad más justa.
3	Andrea Closa 	No sé qué tanto puedan cambiar en cuanto a contenido, pero sí en cuanto a inclusión. Es un gran paso ir sumando mujeres a los paneles, a las producciones, a la conducción. Es importante que mujeres que cuenten con el talento respectivo puedan comentar un partido o incluso narrarlo. Me parece que impulsa a que más mujeres elijan el periodismo deportivo como especialización.
4	Jeanet Sosa 	De hecho, muchas veces buscan conductores hombre y mujer en el caso Movistar. Es así para generar diálogo para compartir la información deportiva a los televidentes. Ambos conducen el noticiero, ambos pueden presentar un invitado, ambos pueden entrevistar, hacen las preguntas, etcétera. Entonces, en ese sentido, sí se está avanzando bastante en darle el lugar que merece, no como un conductor más sino como un modelo, un gancho que solamente las redes o entonces creo que en ese sentido si se está avanzando.

Análisis de contenido: De los expertos consultados con relación a cómo han cambiado los últimos años, los programas periodísticos, con la incursión de la mujer. La mayoría coincide que, en cuanto a contenido no hay cambiado sustancial. Pero si es importante señalar que, si ha cambiado enormemente y configurado los roles sociales porque las mujeres que están ocupando puestos de liderazgo son referentes para las niñas y otras mujeres, y ha ido de menos a más.

La periodista Camila Zapata, periodista de Direciv Sports, indica que hoy en día, la mujer ha asumido mayor protagonismo y es un avance importante en la construcción de una sociedad más justa.

¿Podría dar ejemplos de cómo era antes y cómo es en el presente?		
N°	EXPERTO	OPINIÓN
1	Ana Lucía Rodríguez 	<p>Antes en las conferencias de prensa era extraño ver a una mujer preguntar. Había solo una o dos, a lo mucho. O a veces solo eran hombres. Hoy eso ha cambiado, ha mejorado. Hoy en una conferencia ves a varias chicas. Incluso suelen hacer las primeras preguntas. Eso es bastante bueno, se nota un cambio.</p>
2	Camila Zapata 	<p>Antes teníamos periodistas relevantes y líderes de opinión como Hildebrant por ejemplo, pero no había espacio para las mujeres, sobre todo en programas de debate o entrevistas. Con el paso del tiempo, fueron surgiendo Rosa María Palacios, Josefina Townsend o en la actualidad, Mávila Huerta. Periodistas que pueden o no gustarnos pero que finalmente son referentes y voces femeninas transmitiendo información para la sociedad.</p>
3	Andrea Closa 	<p>Años atrás, por ejemplo, las mujeres tenían que cubrir vóley u otros deportes. El fútbol era exclusivo para los hombres. Con el tiempo, de a pocos, ello ha ido disminuyendo: cualquiera puede cubrir cualquier deporte, siempre que se tenga conocimiento o ganas de aprender.</p>
4	Jeanet Sosa 	<p>El cambio es la posición que tiene la mujer ahora en un programa deportivo ya no es un adorno sino es también un líder de opinión, es también alguien que pueda analizar y que puede expresarse. Sé que hay programas muy controlados también de parte de las cabezas, entonces depende mucho de eso, pero en general esa es la tendencia ahora, la mujer también sale a reportear puede ir al aeropuerto a cubrir o sea ya no se la cuida como una muñeca, la mujer también pisa la cancha, se ensucia los zapatos y va aeropuerto con un montón de gente, va al entrenamiento y hace el mismo trabajo que hace un chico.</p>

Análisis de contenido: De los expertos consultados con relación a si podría dar ejemplos de cómo era antes y cómo es en el presente. Todos coinciden que el cambio es radical, antes tenías que leer la noticia y limitarse a eso y no poder opinar más, ahora sí. Hoy en una conferencia se puede ver a varias chicas, incluso suelen hacer las primeras preguntas. Andrea Closa, periodista de RPP, afirma que el fútbol era exclusivo para los hombres. Con el tiempo, de a pocos, ello ha ido disminuyendo: cualquiera puede cubrir cualquier deporte, siempre que se tenga conocimiento o ganas de aprender.

¿Cuáles han sido los mayores aportes que ha dado la mujer en este ámbito?		
N°	EXPERTO	OPINIÓN
1	Ana Lucía 	<p>Dar a conocer que las mujeres también merecemos las mismas oportunidades. Que sí lo podemos hacer muy bien. Podemos destacar, en un ambiente que antes era solo visto por hombres. Y sobre todo, ser un ejemplo para muchas niñas y chicas que duda de empezar en esta profesión.</p>
2	Camila Zapata 	<p>Uno de los aportes más importantes es el de ser referentes y demostrar que las mujeres pueden construir espacios para otras mujeres. Considero que otro de los avances más importantes es el de darle relevancia y demostrar la importancia del feminismo. Antes cuando una mujer era asesinada por su pareja se decía “crimen pasional”, hoy decimos “feminicidio”, un concepto que ha dejado en evidencia un problema estructural que requiere de una intervención directa del Estado para frenar la violencia contra la mujer. Asimismo, las niñas, niños y adolescentes, han asumido un rol más protagónico y creo que esa es otra victoria de las mujeres, porque histórica y socialmente hemos sido vulneradas, al igual que las niñas, niños y adolescentes, por los cuales también sentimos una responsabilidad para buscar su bienestar. Porque entendemos lo que es ser víctimas.</p>
3	Andrea Closa 	<p>Más de los aportes profesionales, que son importantes, pero podrían serlo al igual que el de los hombres, me parece que los principales aportes son desterrar de a pocos el machismo del público consumidor y el abrirle la puerta a futuras generaciones de mujeres que quieran desempeñarse en el periodismo deportivo.</p>
4	Jeanet Sosa 	<p>Como aportes o como logros para decirlo de esa forma las mujeres han pasado de ser reporteras o gente que trabajaba grande. Por ejemplo, Ornella Palumbo que trabajaba en videoteca, me parece en archivo, en el sótano del canal, y luego pasó a ser reportera en Movistar deportes, vieron sus cualidades, pasó a conducir en Movistar deportes y ahorita mismo trabajan en Argentina y vive en Argentina porque se la llevaron para allá. Entonces, es el aporte de una mujer es un aporte muy grande para el periodismo peruano porque representa también a las periodistas del Perú allá en Argentina.</p>

Análisis de contenido: De los expertos consultados con relación a cuáles han sido los mayores aportes que ha dado la mujer en este ámbito. Todos coinciden que más son los aportes profesionales, que son importantes, pero podrían serlo al igual que el de los hombres, además las mujeres han pasado de ser reporteras o gente que trabajaba, por ejemplo en archivo, en el sótano del canal a hacer conductora internacional, como es el caso de Ornella Palumbo, que trabajaba en videoteca, me parece en archivo, en el sótano del canal y luego pasó a ser reportera en Movistar deportes, manifestó la periodista de Movistar Deportes, Jeanet Sosa.

CAPITULO V

DISCUSIÓN

Algunos estudios presentados en este trabajo evidencian la existencia de una situación problemática en el periodismo deportivo femenino, dado el afán de seguir modelos o paradigmas que generan esta la capacidad de poder comprender el desarrollo de la actual sociedad y desempeñarse adecuadamente en ella.

En primer lugar, se ha logrado analizar el rol de la mujer y su impacto en la perspectiva del periodismo deportivo en los canales de señal abierta en los últimos 10 años. Si bien este análisis no ha ahondado demasiado en la literatura internacional, se pudo establecer que en los últimos 10 años la incursión de la mujer ha revolucionado las pantallas, la prensa y los medios digitales, en este sentido la periodista Ana Lucía Rodríguez de Gol Perú manifiesta que en el ámbito deportivo, hay varios programas con periodistas mujeres, pero parece que todavía no se les da la plena confianza, no solo es tener a la chica al costado de un set y leer un telepronter, se le debe dar la confianza necesaria para avanzar.

Pero ¿cómo se ha dado esta incursión? la respuesta está respaldada en la información, obtenida no solo en la literatura revisada, sino también aquella resumida en los hechos más importantes de la televisión de señal abierta, en donde se resaltan resultados, que evidencian que la mujer ya se desarrolla dentro de eventos deportivos más importantes del medio (García, 2017). Esto se puede corroborar, a partir de la información acumulada en las encuestas realizadas a nuestra muestra y reflejada en los resultados obtenidos, lo que permitió el análisis imparcial de la misma, donde se da cuenta, apoyado en las entrevistas, que esta incursión en el periodismo deportivo, va a la par con la historia de la sociedad peruana. La periodista Jeanet Sosa en su entrevista alega que cada vez hay más chicas que no leen fronteras y pueden dar su opinión, pueden hablar de fútbol, pueden incluso hablar de sistemas de fútbol: de posiciones, de jugadores de opciones en ataque, etc. Entonces eso me da mucho gusto porque antes la mujer era un complemento en programa, era como que el adorno de un programa.

Dentro de los hallazgos de la investigación es interesante identificar que son los jóvenes de entre 30 y 35 años, los que evidencian mayor aceptación de las mujeres dentro del periodismo deportivo y los jóvenes de entre 18 y 20 años, los que menos la aceptan, esto es un poco controversial, ya que se supone que es esta generación la que mayor apertura a la equidad e igualdad tiene.

Por otro lado, la mujer se ha impuesto sobre todos los modelos o paradigmas que tiene o tenía la sociedad peruana, de allí que para que ella, pueda ingresar han pasado casi 15 años, de los cuales 10 de ellos, han permitido por la situación, o el momento deportivo que pasaba el país, permite que la mujer incursione de a pocos en estos menesteres propios de hombre.

Según Fumero (2016), a la mujer le costó mucho, sobre pasar los obstáculos tanto de modelo, como de prejuicio, no solo de parte de la sociedad, sino también de sus propios pares, de allí que se evidencia en la tabla 19 como los participantes, aseveran en un 100% que la sociedad ha impuesto la figura masculina dentro del periodismo deportivo, esto refuerza lo establecido por el autor. Por tal motivo, Andrea Closa, periodista deportiva de RPP, señala que es un reto constante porque hay que trabajar para encontrar un espacio y reconocer que muchas veces ser mujer implica romper con barreras de imposición establecidas por el orden social machista. Los obstáculos que una encuentra tienen mucha relación con el machismo.

Otra forma de verificar el cumplimiento del objetivo es el hecho que en la Tabla 22, se considera que en las mujeres que se destacan dentro del ejercicio profesional del periodismo deportivo hay seguridad al momento de emitir un comentario deportivo, más del 60% de los encuestados cree que considera positivo este hecho, verificando lo que Céspedes (2012), propone, tomando en cuenta que la mujer, es ya ha adquirido una nivel interesante dentro de los oficio y profesiones que antes solo lideraban el varón, y verificamos que el mundo está cambiando y los contextos son cada vez más favorables para el desarrollo de la mujer.

Asimismo, tomando como referencia los conceptos propuestos por (Rojas, 2014) en el que señala que, al hablar de la evolución del periodismo deportivo, se debe tener en cuenta que, en principio, primero, fue tomado solo como un oficio, mas no como una profesión, y que, en el Perú, en un inicio, aquellos que se dedicaban a ello, solo lo hacía porque conocían del deporte, pero con el pasar el tiempo se vio la necesidad de hacerlo más formal y es allí donde inicia a profesionalizarse.

Por otra parte, cuando se habla de periodismo deportivo, se debe tener en cuenta que es una forma de informar sobre temas relacionados con deportes y competiciones deportivas (Alcoba, 2005), lo que se evidencia en tanto, que ya se ha normalizado su estudio en las diferentes Instituciones educativas Superiores de nuestra capital.

Finalmente, del mismo modo, todavía no es posible eliminar por completo los prejuicios y estereotipos que se manejan dentro del periodismo sobre la presencia de mujeres en la prensa; en el periodismo deportivo, siguen mirándola como un adorno, en algunos casos, y no como una profesional a carta cabal, que puede, al igual que sus pares, desarrollar las mismas actividades y cargos que exige el crear las notas informativas que escriben todos los días. Pero a pesar de ello, es innegable, que la mujer ha adquirido un rol preponderante y ha impactado positivamente en el desarrollo del periodismo deportivo, tal como lo plantea (García, 2017) y se corrobora con la Tabla 15 donde a la pregunta ¿Cómo calificaría Ud. el desempeño de una mujer en los programas periodísticos deportivos en los canales de señal abierta?, un casi 50% de encuestado está de acuerdo que su desempeño es excelente.

CONCLUSIONES

Luego de realizar la investigación, se concluyó que, en los últimos diez años, el rol de la mujer ha tenido un impacto positivo en el periodismo deportivo de los canales de señal abierta, porque la imagen de la mujer ha sido valorada en su entorno y ha mantenido su educación y valores. En la actualidad, los comentarios u opiniones de las mujeres en el periodismo deportivo han cobrado mayor importancia, esto se evidencia en que ya ocupan diferentes cargos, entre ellos la de comentaristas, productoras, directoras, editoras, etc.

Respecto a la evolución el periodismo deportivo en el Perú es positivo para la incursión de la mujer, ya que mantienen un vínculo porque la función de informar acerca de los diferentes eventos deportivos, no solo el futbol, han ido en aumento y mejorando técnicas y tecnologías, y dentro de esta evolución también se verifica que la mujer ha ido incursionando de a pocos,

Se concluye que los estereotipos que se presentan en el periodismo deportivo limeño son positivos para la incursión de la mujer, debido a que estos han ido evolucionando, sin embargo, hubo momentos en que el estereotipo fue meramente masculino, pero con el pasar del tiempo, este fue cayendo y permitiendo que la mujer obtenga una posición bastante buena dentro de esta profesión, es cierto que aún existe muchos detractores, pero esto no ha afectado para que se siga avanzando.

Por último, se llega a la conclusión que el aporte femenino en el periodismo deportivo es significativo, ya que llegó a refrescar y a desterrar la idea, que el deporte es solo masculino, esto ha tardado décadas, pero ahora se puede evidenciar que la mujer está en mejor posición que hace 10 años.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a las instituciones, la apertura para el trabajo femenino, ya que su aporte es significativo, teniendo en cuenta que son ellas, las que se van preparando según las necesidades del momento.

Se recomienda a los diferentes actores de la investigación, que se actualice las investigaciones acerca del tema en el país, ya que la literatura es escasa y de una antigüedad mayor a 20 años, lo que no permite un panorama más actual de este tema.

Se recomienda que se le dé mayor relevancia a la participación de la mujer en los distintos programas deportivos, ya que realzaría su imagen al poder compartir experiencias de alto nivel académico.

Finalmente, se recomienda a la universidad, continuar esta línea de investigación, para que se enriquezca de herramientas que los egresados puedan utilizar para el desarrollo no sólo de sus investigaciones, sino también del desarrollo de su quehacer diario.

REFERENCIAS

- Alcoba, A. (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis.
- Alvarez. (2015). <https://www.definicionabc.com/deporte/periodismo-deportivo.php>.
Obtenido de <https://www.definicionabc.com/deporte/periodismo-deportivo.php>: <https://www.definicionabc.com>
- Aruguete, N. (2017). Agenda Setting y Framing: Un estudio teórico inconcluso. *Más Poder Local*, 36 - 42.
- Barrantes, R. (2014). *Investigación, Un camino al conocimiento, Un Enfoque Cualitativo, Cuantitativo y Mixto*. San José, Costa Rica: Editorial EUNED.
- Berganza, R., & Del Hoyo, M. (2016). La mujer y el hombre en la publicidad televisiva: imágenes y estereotipos. *Zer Revista de Estudios de comunicación*, 161 - 175.
- Cavassa, P. (2018). *Análisis del lenguaje periodístico en los portales digitales de los diarios deportivos Depor, LíberoE Bocón y Todo Sport*. Lima: Universidad de Lima.
- Céspedes, A. (2012). <https://www.pnliafi.com.ar/rol-de-la-mujer-en-la-sociedad/>.
Obtenido de <https://www.pnliafi.com.ar/rol-de-la-mujer-en-la-sociedad/>:
<https://www.pnliafi.com.ar>
- De los Rios, J., & Martinez, J. (2016). La Mujer en los Medios de Comunicación. *Comunicar*, 57 - 62.
- Espejo, T. (2016). *Mujer y Periodismo*. Universidad del Valle de Atemajac.
- Fernández, J. (2014). *Periodismo especializado*. Barcelona : Ariel.
- Fernández, M. (2015). *Rol de la mujer en el periodismo deportivo canal CMD*. Lima: Universidad Bausate y Meza.
- Flick, U. (2012). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata y Fundación Paideia Galiza.

- Fumero, S. J. (2016). *Periodismo deportivo: El papel secundario de la mujer periodista*. Argentina: Universidad de La Laguna.
- Garcia, E. (2017). *La presencia de la mujer en el periodismo deportivo*. Catalunya: Universidad Oberta.
- García, F. (1990). *La naturaleza evolutiva y cambiante del deporte*. Madrid: Columbia.
- García, P., Flores, Z., Rodríguez, A., Brito, P., & Peña, R. (2008). Mujer y deporte. hacia la equidad e igualdad. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*.
- Hernandez, Fernandez, & Baptista. (2016). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw - Hill.
- Martín, M. (2002). La tiranía de la apariencia en la sociedad de las representaciones. *Revista latina de Comunicación Social*, 9.
- Morales, M. (2017). *Banalización en el periodismo deportivo en el Perú: responsabilidad e influencia de los centros de formación para periodistas*. Lima: PUCP.
- Perez, C. (21 de octubre de 2020). Día del periodista deportivo: 5 talentosas mujeres a las que debes seguir. *El Comercio*.
- Rojas, J. L. (2013). *El papel de la mujer periodista en el ámbito deportivo*. España: Universidad de Sevilla.
- Rojas, J. L. (2014). *Periodismo deportivo: Nuevas tendencias*. Sevilla - España: Universidad de Sevilla.
- Rowe, D. (2004). The global lovematch: Sport and television. *Media, Culture & Society*, 18(4), pp. 565583.
- Sanchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2017). *Manual de terminos en investigacion*. Lima: URP.
- Torres, L. (2018). *Interiorización de los estereotipos de género en la sociedad argentina y el ideal de belleza en los mensajes publicitarios*. 2018: Universidad Complutense de Madrid.

Vásquez, A. (1991). *Deporte, política y comunicación*. México: Trillas.

ANEXOS

Matriz de consistencia

PROBLEMA DE ESTUDIO	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA PRINCIPAL</p> <p>¿Cuál es el rol que cumple la mujer profesional en periodismo deportivo en los canales de señal abierta en los últimos 10 años?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Identificar el rol es el rol que cumple la mujer profesional en periodismo deportivo en los canales de señal abierta en los últimos 10 años.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>El rol que cumple la mujer profesional en periodismo deportivo ha tenido impacto positivo en los canales de señal abierta en los últimos 10 años.</p>	<p>VARIABLE X</p> <p>ROL DEL PERIODISTA DEPORTIVO MUJER</p>	<p>Tipo de la investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplicado
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>a) ¿Cómo ha sido la evolución el periodismo deportivo en los programas de señal abierta en el Perú?</p> <p>b) ¿Cuáles son los estereotipos femeninos que se presentan en el periodismo deportivo limeño?</p> <p>c) ¿Cuál es el aporte la mujer profesional en el periodismo deportivo en los canales de señal abierta limeño?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>a) Describir la evolución ha sido la evolución el periodismo deportivo en los programas de señal abierta en el Perú.</p> <p>b) Identificar los estereotipos femeninos que se presentan en el periodismo deportivo limeño.</p> <p>c) Determinar el aporte la mujer profesional en el periodismo deportivo en los canales de señal abierta limeño.</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>a. El periodismo deportivo ha evolucionado positivamente en los programas deportivos de señal abierta en el Perú.</p> <p>b. Los estereotipos femeninos han cambiado positivamente en los programas deportivos limeños.</p> <p>c. El aporte de la mujer profesional es importante para el periodismo deportivo en los canales de señal abierta limeño.</p>	<p>Social Profesional Cultural</p> <p>VARIABLE Y</p> <p>PERIODISMO DEPORTIVO</p> <p>Informativa Crónica</p>	<p>Enfoque de la investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuantitativo. <p>Diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> - No experimental - Transversal <p>Nivel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descriptivo <p>Método:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deductivo

Ficha técnica del cuestionario

CUESTIONARIO - ENCUESTA

Buenos días (tardes y/o noches):

La presente encuesta servirá para elaborar una investigación en periodismo, por ello es necesaria su ayuda. Conteste TODAS las preguntas. No le llevará mucho tiempo. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

No hay respuestas correctas o incorrectas. Éstas simplemente reflejan su opinión.

Edad: _____ Distrito de residencia: _____

Sexo: _____ Tiempo de duración: 10 a 15 minutos

1. ¿Con qué frecuencia Ud. ve programas deportivos? *
 - a) 1 vez a la semana
 - b) 2 veces por semana
 - c) 3 a más veces por semana
 - d) Todos los días
 - e) No veo programas deportivos

2. ¿Cómo le gustaría que sean los programas deportivos? *
 - a) Solo con comentaristas varones
 - b) Solo con comentaristas mujeres
 - c) En proporción de 2:1
 - d) En igual proporción
 - e) No sabe no opina

3. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos que tienen más importancia en un programa deportivo?
 - a) Buena presentación
 - b) Buenos comentarios
 - c) Variedad de deportes
 - d) Los presentadores
 - e) Me da igual

4. ¿En qué horario le gustaría poder ver los programas deportivos? *
 - a) Por la mañana
 - b) Por la tarde
 - c) Por la noche
 - d) Cada hora
 - e) Me da igual

5. ¿A través de qué medios preferiría sintonizar programas deportivos? *
 - a) Radio
 - b) Internet
 - c) Televisión
 - d) Cable
 - e) Diarios o revistas

6. ¿Cuál de los siguientes nombres está más asociado con el periodismo deportivo? *

- a) Alexandra Del Solar
 - b) Carolina Salvatore
 - c) Romina Antoniazzi
 - d) Andrea Closa
 - e) Milena Merino
7. Del 1 al 5 cuán bueno le parece la aparición de más periodistas deportivas (mujeres) en televisión de señal abierta. (Donde 5 es la calificación más alta) *
- Pésimo (1)
 - Malo (2)
 - Bueno (3)
 - Muy bueno (4)
 - Excelente (5)
8. ¿Su programa deportivo cuenta con la participación de una mujer?
- a) Sí
 - b) No.
9. ¿Cómo calificaría Ud. el desempeño de una mujer en los programas periodísticos deportivos en los canales de señal abierta?
- a) Pésimo
 - b) Malo
 - c) Bueno
 - d) Muy bueno
 - e) Excelente
10. ¿Por qué cree que usted que existe poca presencia femenina en el periodismo deportivo en los canales de señal abierta?
- a) Existe poca importancia del periodismo deportivo.
 - b) Falta de preparación profesional de parte de los periodistas.
 - c) Falta de interés
 - d) Emigración a la señal de cable con mejores ofertas laborales
 - e) Falta de competencias deportivas que generen noticias en canales de señal abierta
11. ¿Qué opina de la presencia femenina en los programas deportivos de los canales de señal abierta?
- a) Esta por su imagen
 - b) Tiene conocimiento sobre el tema
 - c) Gana más audiencia con la presencia de la mujer.
 - d) Presenta comentarios más centrados
 - e) N.A
12. ¿Cree usted que la mujer tiene el mismo nivel de cualidades que un hombre para hablar de temas deportivos?
- a) Si.
 - b) No
13. ¿Cree usted que la sociedad ha impuesto la figura masculina dentro del periodismo deportivo?
- a) Si
 - b) No
14. ¿Por qué cree usted que la mujer ha estado discriminada de los programas deportivos?
- a) Porque no es capaz de analizar los deportes como un varón
 - b) Porque no es una profesión hecha para las mujeres
 - c) Porque no saben de deportes
 - d) Porque ellas no se han impuesto
 - e) N.A

15. Cree Ud. que si en los programas deportivos transmitidos por canales de señal abierta tuvieran participación notable las mujeres. ¿Tendrían una variación en su audiencia?
- Mucho.
 - Poco
 - Algo
 - Nada
 - A Veces
16. Considera que en las mujeres que se destacan dentro del ejercicio profesional del periodismo deportivo hay seguridad al momento de emitir un comentario deportivo
- Mucho
 - Poco
 - Algo
 - Nada
 - A Veces
17. Considera Ud. ¿Que la mujer puede desarrollar un excelente rol dentro del periodismo deportivo?
- Mucho
 - Poco
 - Algo
 - Nada
 - A Veces
18. Considera Ud. Que en la actualidad existan tabúes sexistas que limitan la participación de la mujer dentro del ejercicio profesional del periodismo deportivo
- Mucho
 - Poco
 - Algo
 - Nada
 - A Veces
19. ¿Según su criterio que ayudaría a la mujer a interesarse y participar activamente en el periodismo deportivo?
- Un salario acorde a sus capacidades.
 - Un mismo trato para hombres y mujeres.
 - Confianza en sí misma.
 - Romper complejos de estereotipos sociales.
 - Otros
20. Finalmente, Los canales de señal abierta dan más importancia al estereotipo de mujer modelo que a la capacidad profesional en el periodismo deportivo:
- Muy Importante
- Mucho
 - Poco
 - Algo
 - Nada
 - A Veces

Ficha técnica de entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA N° 1

Esta es la guía de entrevista para conocer lo que opinan cuatro periodistas femeninas, reconocidos en el medio, sobre la incursión de la mujer en el periodismo deportivo, en señal abierta.

Fecha de la entrevista: 2 de febrero 2021

Nombre: Ana Lucía Rodríguez

Lugar de trabajo: GOLPERU

Gracias por participar de esta entrevista realizada para la investigación basada en el rol de la mujer y su incursión en el periodismo deportivo de señal abierta. Esta entrevista es para una tesis de licenciatura de la Facultad de Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres. Toda la información adquirida será tratada confidencialmente y su nombre no será reportado. Ahora iniciaremos con las preguntas.

1. **¿Qué géneros periodísticos son los que ha trabajado antes del deportivo?**

Desde que empecé en mi profesión como periodista, siempre estuve ligada a lo deportivo. Desde el 2011 al 2015 en el Diario Depor (Grupo El Comercio). Luego desde el 2016 hasta la actualidad en el canal de televisión GOLPERU.

2. **¿Puede describir cuál ha sido la aceptación que tuvo dentro de ellos?**

Bastante buena. Jamás tuve algún problema en el ambiente donde trabajé. Me trataron por igual que a mis compañeros hombres. Es más, hoy en GOLPERU cumplo un rol importante, en las transmisiones de los partidos. Estando en los encuentros más importantes de la fecha.

3. **¿Cuáles son los obstáculos más grandes que ha tenido que vencer en estos géneros?**

Los obstáculos para conmigo misma. Ser mejor cada día. Más responsable. Superarme a mí misma.

4. **¿En qué se diferencia el trabajo de cualquier género periodístico, con el deportivo?**

Me parece que no hay una diferencia. En lo deportivo también es vivir el día a día. Informar en el momento. Tal vez no siempre sea un acontecimiento de interés nacional. Pero lo considero como una rama importante.

5. **¿Cómo observa los diferentes programas deportivos frente al resto de programas?**

Muchos de los programas deportivos son de debate. A comparación de los programas periodísticos, donde se comenta y ves un reportaje de investigación. En el ámbito deportivo son también noticias, pero son debate entre los personajes. Dar a conocer datos.

6. Desde su punto de vista, ¿cómo ha sido la incursión de la mujer en el mundo periodístico?

Me parece que todavía hay un cierto porcentaje de machismo en general. Lo que sí, me parece, que ha ido de menos a más. En lo deportivo ha cambiado bastante. Antes era extraño ver a una mujer hablando de deportes, sobre todo de fútbol. Hoy ya no es así. Hay muchas mujeres opinando de varios temas. Tienen un rol bastante importante en cada medio.

7. ¿Cómo han cambiado los últimos años, los programas periodísticos, con la incursión de la mujer?

Ha ido de menos a más. Me parece igual que todavía se le tendría que dar más oportunidades a muchas jóvenes. En el ámbito deportivo, hay varios programas con chicas, pero me parece que todavía no se les da la plena confianza. No solo es tener a la chica al costado de un set y leer un telepronter. Hay que confiar más.

8. ¿Podría dar ejemplos de cómo era antes y cómo es en el presente?

Antes en las conferencias de prensa era extraño ver a una mujer preguntar. Había solo una o dos, a lo mucho. O a veces solo eran hombres. Hoy eso ha cambiado, ha mejorado. Hoy en una conferencia ves a varias chicas. Incluso suelen hacer las primeras preguntas. Eso es bastante bueno, se nota un cambio.

9. ¿Cuáles han sido los mayores aportes que ha dado la mujer en este ámbito?

Dar a conocer que las mujeres también merecemos las mismas oportunidades. Que sí lo podemos hacer muy bien. Podemos destacar, en un ambiente que antes era solo visto por hombres. Y sobre todo, ser un ejemplo para muchas niñas y chicas que duda de empezar en esta profesión.

GUÍA DE ENTREVISTA N° 2

Esta es la guía de entrevista para conocer lo que opinan cuatro periodistas femeninas, reconocidos en el medio, sobre la incursión de la mujer en el periodismo deportivo, en señal abierta.

Fecha de la entrevista: 2 de febrero 2021

Nombre: Camila Zapata

Lugar de trabajo: **Directv Sports**

Gracias por participar de esta entrevista realizada para la investigación basada en el rol de la mujer y su incursión en el periodismo deportivo de señal abierta. Esta entrevista es para una tesis de licenciatura de la Facultad de Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres. Toda la información adquirida será tratada confidencialmente y su nombre no será reportado. Ahora iniciaremos con las preguntas.

1. ¿Qué géneros periodísticos son los que ha trabajado antes del deportivo?

He realizado coberturas periodísticas de género policial, sucesos, política, economía, cultura y prensa en general.

2. ¿Puede describir cuál ha sido la aceptación que tuvo dentro de ellos?

En el medio es importante encontrar una adaptación, aceptación y conexión con el público, fuentes y colegas pues son los principales canales de acceso a la información. Es por ello, que la aceptación se convierte en un paso previo y primordial en el inicio de la carrera periodística. En mi caso, he logrado ser aceptada en estos géneros sin tener mayores dificultades.

3. ¿Cuáles son los obstáculos más grandes que ha tenido que vencer en estos géneros?

Es un reto constante porque hay que trabajar para encontrar un espacio y reconocer que muchas veces ser mujer implica romper con barreras de imposición establecidas por el orden social machista. Los obstáculos que una encuentra tienen mucha relación con el machismo.

4. ¿En qué se diferencia el trabajo de cualquier género periodístico, con el deportivo?

En nuestro país y en el mundo en general el deporte vive una etapa de profunda asociación con “lo entretenido”, “lo light”, “lo que tiene que divertir” y esa es su principal diferencia con otros géneros. Incluso, el género deportivo muchas veces se aleja del sentido original del periodismo porque no investiga y no contrasta. Se le ha limitado a este género al debate, a la entrevista, a lo descriptivo y a la primicia. Los intereses económicos, sobre todo en el fútbol, hacen que el periodismo pierda su sentido investigativo y crítico.

5. ¿Cómo observa los diferentes programas deportivos frente al resto de programas?

Los programas deportivos tienen una característica que comparte con el resto de programas: ambos centralizan. En prensa la noticia suele estar situada en Lima, la capital del país. Mientras que en los programas deportivos el foco está sobre el fútbol. Son pocos los noticieros que logran descentralizar la información deportiva. Los programas deportivos, además, en su mayoría, utilizan sobre todo a hombres para el rol de debate y comentarios/análisis/narración de partidos y a las mujeres para otros roles como presentación de noticias y solo en algunos casos narración y comentarios. En los programas de prensa la mujer ha encontrado una mejor posición.

6. Desde su punto de vista, ¿cómo ha sido la incursión de la mujer en el mundo periodístico?

Es aún un camino de lucha y búsqueda de igualdad de oportunidades. Desde lo social, la posición laboral hasta lo económico, donde aún vemos diferencias marcadas. La incursión de la mujer en el mundo periodístico es la historia de la mujer en la historia del desarrollo de las sociedades, una historia de esfuerzo y dedicación

7. ¿Podría dar ejemplos de cómo era antes y cómo es en el presente?

Antes teníamos periodistas relevantes y líderes de opinión como Hildebrant por ejemplo, pero no había espacio para las mujeres, sobre todo en programas de debate o entrevistas. Con el paso del tiempo, fueron surgiendo Rosa María Palacios, Josefina Townsend o en la actualidad, Mávila Huerta. Periodistas que pueden o no gustarnos pero que finalmente son referentes y voces femeninas transmitiendo información para la sociedad.

8. ¿Cuáles han sido los mayores aportes que ha dado la mujer en este ámbito?

Uno de los aportes más importantes es el de ser referentes y demostrar que las mujeres pueden construir espacios para otras mujeres. Considero que otro de los avances más importantes es el de darle relevancia y demostrar la importancia del feminismo. Antes cuando una mujer era asesinada por su pareja se decía "crimen pasional", hoy decimos "feminicidio", un concepto que ha dejado en evidencia un problema estructural que requiere de una intervención directa del Estado para frenar la violencia contra la mujer. Asimismo, las niñas, niños y adolescentes, han asumido un rol más protagónico y creo que esa es otra victoria de las mujeres, porque histórica y socialmente hemos sido vulneradas, al igual que las niñas, niños y adolescentes, por los cuales también sentimos una responsabilidad para buscar su bienestar. Porque entendemos lo que es ser víctimas.

GUÍA DE ENTREVISTA N° 3

Esta es la guía de entrevista para conocer lo que opinan cuatro periodistas femeninas, reconocidos en el medio, sobre la incursión de la mujer en el periodismo deportivo, en señal abierta.

Fecha de la entrevista: 12/02/2021

Nombre: Andrea Closa Paredes

Lugar de trabajo: Grupo RPP

Gracias por participar de esta entrevista realizada para la investigación basada en el rol de la mujer y su incursión en el periodismo deportivo de señal abierta. Esta entrevista es para una tesis de licenciatura de la Facultad de Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres. Toda la información adquirida será tratada confidencialmente y su nombre no será reportado. Ahora iniciaremos con las preguntas.

1. ¿Qué géneros periodísticos son los que ha trabajado antes del deportivo?

Antes, ninguno. Si bien en el año 2012 realicé prácticas en un canal online, mi cargo fue de editora audiovisual. En 2013 pasé a formar parte del Diario Depor, marca deportiva del Grupo El Comercio. Sin embargo, ya en RPP, me ha tocado alternar en otro tipo de periodismo, como lo es el periodismo político y social, dependiendo de la coyuntura. Me tocó estar, por ejemplo, en la cobertura del cierre del congreso del año 2019. Además, durante la pandemia, tuve que hacer también notas respecto al día a día de las personas. Asimismo, durante las marchas en contra del gobierno de Merino también me tocó salir a cubrir.

2. ¿Puede describir cuál ha sido la aceptación que tuvo dentro de ellos?

Buena aceptación. Los encargados de dicha área quedaron satisfechos. Sin embargo, mi puesto pertenece al área de deportes.

3. ¿Cuáles son los obstáculos más grandes que ha tenido que vencer en estos géneros?

Me parece que en la pandemia el principal obstáculo era la desesperación de la gente, pues muchas veces por la necesidad de comunicar sus problemas no tomaban en cuenta el distanciamiento social. Además, el peligro al que una se expone es inminente.

4. ¿En qué se diferencia el trabajo de cualquier género periodístico, con el deportivo?

Básicamente en dos puntos. El primero es que, para muchos, es la última rueda del coche. Entonces, pocas veces es prioridad ante los verdaderos problemas de la sociedad. El segundo es que la pasión del hincha, muchas veces, se convierte en un discurso machista y violento.

5. ¿Cómo observa los diferentes programas deportivos frente al resto de programas?

Depende, evidentemente, del programa con el que se compare, pues existe tanto periodismo de investigación, como periodismo de entretenimiento, entre otros. Incluso, en el periodismo deportivo televisivo hay muchos formatos también: dominicales, entrevistas, debates. La diferencia va acorde al contenido: quizá en el periodismo deportivo el lenguaje es un poco más coloquial.

6. Desde su punto de vista, ¿cómo ha sido la incursión de la mujer en el mundo periodístico?

Lenta. Sin embargo, en los últimos años, se ha desterrado un poco el machismo que siempre existió en el fútbol y en el periodismo deportivo. De a pocos, distintas mujeres van demostrando que los deportes y los talentos no tienen género.

7. ¿Cómo han cambiado los últimos años, los programas periodísticos, con la incursión de la mujer?

No sé qué tanto puedan cambiar en cuanto a contenido, pero sí en cuanto a inclusión. Es un gran paso ir sumando mujeres a los paneles, a las producciones, a la conducción. Es importante que mujeres que cuenten con el talento respectivo puedan comentar un

partido o incluso narrarlo. Me parece que impulsa a que más mujeres elijan el periodismo deportivo como especialización.

8. ¿Podría dar ejemplos de cómo era antes y cómo es en el presente?

Años atrás, por ejemplo, las mujeres tenían que cubrir vóley u otros deportes. El fútbol era exclusivo para los hombres. Con el tiempo, de a pocos, ello ha ido disminuyendo: cualquiera puede cubrir cualquier deporte, siempre que se tenga conocimiento o ganas de aprender.

9. ¿Cuáles han sido los mayores aportes que ha dado la mujer en este ámbito?

Más de los aportes profesionales, que son importantes, pero podrían serlo al igual que el de los hombres, me parece que los principales aportes son desterrar de a pocos el machismo del público consumidor y el abrirle la puerta a futuras generaciones de mujeres que quieran desempeñarse en el periodismo deportivo.

GUÍA DE ENTREVISTA N° 4

Esta es la guía de entrevista para conocer lo que opinan cuatro periodistas femeninas, reconocidos en el medio, sobre la incursión de la mujer en el periodismo deportivo, en señal abierta.

Fecha de la entrevista: 10/01/ 2021

Nombre: Jeanet Sosa

Lugar de trabajo: Movistar Deportes

Gracias por participar de esta entrevista realizada para la investigación basada en el rol de la mujer y su incursión en el periodismo deportivo de señal abierta. Esta entrevista es para una tesis de licenciatura de la Facultad de Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres. Toda la información adquirida será tratada confidencialmente y su nombre no será reportado. Ahora iniciaremos con las preguntas.

1. ¿Qué géneros periodísticos son los que ha trabajado antes del deportivo?

Antes del periodismo deportivo, trabajé en pequeñas agencias de marketing digital, en realidad antes de periodismo deportivo la carrera técnica de 3 años, estudié comunicación y publicidad en la UPC la carrera de 5 años entonces empecé en el mundo de las comunicaciones vinculadas al marketing digital al marketing o departamentos de comunicación en general, estaba en una ONG liderando el área de comunicaciones, estado en agencias pequeñas de marketing digital estuve en un SPA, en el área de comunicaciones, luego de eso, cuando ya estudié periodismo deportivo hice prensa escrita en el diario Depor y justo estuve en la época en el que también se hacía mucho notas digitales, en la en la época de Convergencia Semanal en el diario Depor, del grupo El Comercio, entonces también hacíamos muchas notas para la web, notas de fútbol internacional, notas de fútbol local diferentes entrevistados etc, crónicas de partidos, entre otras cosas y a parte de la prensa escrita, que eso es periodismo deportivo, también hice crónicas de viajes para la revista VAMOS del grupo El Comercio y aparte de eso hice publirreportajes en un área también del grupo El Comercio, que se llama CONTENT LAB, hacíamos notas pagadas por clientes, y las colgábamos en las diversas plataformas de El Comercio, hemos hecho desde streaming, en vivos para París por ejemplo, que inauguraba su tienda en el Jockey Plaza, hasta notas en papel en SOMOS, hemos hecho notas en la web, hemos hecho infografías digitales, videos, entrevistas, de todo un poco.

2. ¿Puede describir cuál ha sido la aceptación que tuvo dentro de ellos?

Yo creo que se haya avanzado un poco en términos de igualdad de género en general, creo que de todas maneras siempre, cuando ven una mujer periodista, de repente dudan de la pregunta que pueda hacer no ahora una pregunta buena éste sabrá del tema le podría hablar de fútbol igual que un colega hombre no esté yo siento que si de todas maneras no incluso en algún momento en el canal también mi productor recuerdo que un día dijo ya vamos a mandar a la videna porque entrena la selección a fulanito a un colega varón para que vaya y este, allí le preguntaron otros compañeros, oye pero por qué no mandas a tal también esta chica para que cubra a esto y mandamos al otro a tal evento porque también había otra cosa y le dijo no pues porque de hecho él sabe más que selección que una chica no le vas a mandar de arranque a entrevistar a los seleccionados, entonces como que esa desconfianza todavía existe en el caso del periodismo deportivo, tal vez también haya desconfianza de la inexperiencia, porque muchas de las chicas recién también estamos al menos de mi generación como Andreita que lo está también, por ejemplo recién hace unos años hemos empezado, pero más allá de la inexperiencia creo que también hay una desconfianza porque eres chica, porque eres mujer y de repente como que no sé si es para tanto es así que también prepara este no entonces yo considero que si, de todas maneras todavía hay ese tipo de filtros, hay barreras que una tiene que pasar y eso se va reduciendo según el trabajo que vas demostrando, cuando consigues una muy buena nota o haces una muy buena entrevista, tu informe es muy bueno este mientras vas mostrando las capacidades y las cualidades dentro del periodismo deportivo creo que esas barreras se van reduciendo pero que prejuicio iguales mantiene

3. ¿Cuáles son los obstáculos más grandes que ha tenido que vencer en estos géneros?

Yo siento que el mayor obstáculo fue en el inicio de mi carrera, porque al comienzo como te contaba, estuve en otros géneros, no estuve en el periodismo deportivo, las mayores barreras eran de repente la edad, la inexperiencia, que eran los primeros trabajos que tenía, entonces si se siente un poco de desconfianza, tal vez de las cabezas de los grupos o de los de los gerentes de las empresas, de los jefes, que si lo vas a hacer bien o no, pero creo que a la vez es un buen punto de quiebre para demostrar que puedes asumir mayores responsabilidades, ser capaz de aportar al grupo y por qué no? liderar también algún proyecto o algún área, como me pasó a mí

también en la ONG Constructing Perú Green buildings, que era un organismo de construcción sostenible en el Perú, entonces siento que es eso de repente también es experiencia que estaba empezando en el área de las comunicaciones.

4. ¿En qué se diferencia el trabajo de cualquier género periodístico, con el deportivo?

Personalmente a mí me genera mucho más emoción porque me encantan los deportes, me gusta verlos, practicarlos, seguirlos, no emocionarme como hincha, también de con diversos espectáculos deportivos entonces creo que esa cuota de emoción no le encuentro o no la encontraba aún en otro género tal vez y en el día a día en la chamba creo que qué se diferencia en no sé en los cambios que pueda haber en por ejemplo no iba a llegar un jugador a un club a las 8:00 de la mañana puede ser una noticia al 99% confirmada y a las 2:00 de la tarde se cae el pase del jugador no entonces creo que tiene muchas muchas cosas que pueden cambiar alrededor de una información dura noticia y eso hace que 1 esté detrás todo el día no que 1 trata de confirmar la información que llame a fuentes que escriba fuentes que investiga un poquito más o sea no hay mucho tiempo como para para sentarte AA redactar una crónica 1 al menos que sea un informe especial pero en el trabajo del día a día es creo que hay mucha adrenalina mucho cambio de información no mucho de recurrir a fuentes de primera mano para tener la noticia y creo que es muy retador porque ahora hay con las redes sociales un encuentro información sí o sí no pero es muy distinto conseguirla tu no indagar según lo que es indagar y confirmar lo que estás viendo entonces no se me aparece eso muy baja del lado de que de que tú consigues la noticia no tú confirmas la nota es todo muy inmediato

5. ¿Cómo observa los diferentes programas deportivos frente al resto de programas?

Los programas de periodismo deportivo suelen ser FIL más dinámicos no la información es un poco más rápida más corta tal vez frente a otros programas igual siempre se busca entrevistados siempre se busca tener alguna nota especial algún enlace no como en otros programas por ejemplo de noticiero o algún otro programa de entretenimiento así que en cuanto a calidad de pauta no que pueda armar la producción o sea yo siento que no hay ninguna desventaja o diferencia este si lo comparamos con otros programas no ya depende mucho obviamente del equipo de trabajo que el producto esté encabezando el programa no en cómo son los conductores en cuanto al estilo de

conducción De hecho ha variado muchísimo ahora también el estilo de conducción de los programas periodísticos perdón de este deportivos antes leía en preguntar no igual que los noticieros entonces será un poco más plano un poco más aburrido digamos que lo que rompía con lo plano era una entrevista de repente en vivo en el estudio no pero ahora mira incluso con el coronavirus que no se limita a que un invitado pisa el set por ejemplo igual se pueden hacer enlaces por sum los conductores ya no leen frontera es mucho más conversado y se involucra mucho al televidente no entonces creo que en ese sentido todos los programas han evolucionado según se va este tramo viendo también la tecnología.

y eso también Hay que sumarle la presencia de la mujer De hecho entiendo que estás enfocado un poco en el tema bueno en realidad es un detalle importante no de cada vez hay más chicas dentro del periodismo deportivo sea programa radial sea programa digital canal de YouTube que se vio en televisión prensa escrita no todos los medios en realidad creo que no hay ni un solo medio que pueda mencionar que no tenga presencia femenina y eso es en verdad es muy importante porque la abre más puertas a toda la gente que quiere llegar también a un medio deportivo se rompe un poco también los estereotipos rompe también con el pensamiento de que los reportes Love más los chicos es para los hombres no entonces este creo que es un una buena señal no solamente para los que quieren hacer periodismo deportivo sino también para los que piensan que el deporte es más para los chicos son los problemas deportivos lo ven los hombres no o sea es para todos no y para para todas las que quieran también entonces este la presencia de las mujeres es muy bueno y De hecho lo que hacen también en programas deportivos del extranjero es realmente es súper bueno o sea hay chicas que analizan el fútbol como como cualquier persona que analiza el fútbol acaba en un panel donde hay puros hombres no acá eso sí en eso sí hay muy pocas mujeres esto creo que dos paneles nada más de análisis de fútbol con dos mujeres después todos son hombres no en cambio en el extranjero es muy común ver a una chica cogiendo una pizarra y hablando de qué táctica estrategia entonces este poco a poco se va se va avanzando

6. Desde su punto de vista, ¿cómo ha sido la incursión de la mujer en el mundo periodístico?

Hay más mujeres cada vez hay más chicas que no leen frontera y pueden dar su opinión pueden hablar de fútbol pueden incluso hablar de sistemas de fútbol de posiciones de jugadores de opciones en ataque opciones en defensa y yo creo que este jugador no o

sea expresar más lo que ellas piensan o creen acerca de un equipo de un futbolista de una competición etcétera no entonces eso me da mucho gusto porque antes la mujer era un complemento en programa no era como que el adorno de un programa o vamos a tener una mujer para que ella pues no o sea al público o qué sé yo pero ahora es parte del diálogo también.

7. ¿Cómo han cambiado los últimos años, los programas periodísticos, con la incursión de la mujer?

De hecho muchas veces buscan conductores hombre mujer en el caso Movistar es así para generar diálogo para compartir la información deportiva a los televidentes no ambos conducen el noticiero ambos pueden presentar un invitado ambos pueden entrevistarnos hacen las preguntas etcétera no entonces este creo que en ese sentido si se está avanzando bastante en darle el lugar que merece no como un conductor más no como un modelo un gancho Hola chica que solamente las redes o entonces creo que en ese sentido si se está avanzando y Movistar deportes por ejemplo si o sea eso sí me gusta no porque se trata de detener reporte de las mujeres también hombres de conductores.

8. ¿Podría dar ejemplos de cómo era antes y cómo es en el presente?

Cambio como te decía es la posición que tiene la mujer ahora en un programa deportivo no que ya no son complementos un adorno sino es también un líder de opinión es también alguien que pueda analizar que puede expresarse como como otro punto también importante que te decía ya resumiendo es el tema del Brother no que antes tenías que leer la noticia y limitarte a eso y no poder opinar más ahora sí De hecho depende mucho del canal no del editorial y de cómo manejan sus programas sé que hay programas este muy controlados también de parte de las cabezas entonces depende mucho de eso pero en general esa es la tendencia ahora no esté la mujer también sale a reportear puede ir al aeropuerto a cubrir o sea ya no se la cuida como un no sé pues como una muñeca no o sea la mujer también pisa la cancha se ensucie los zapatos y vale aeropuerto con un montón de gente va al entrenamiento y hace el mismo trabajo que qué hace un chico no como aportes o como logros para decirlo de esa forma FIL las mujeres han pasado de ser reporteras.

9. ¿Cuáles han sido los mayores aportes que ha dado la mujer en este ámbito?

Como aportes o como logros para decirlo de esa forma las mujeres han pasado de ser reporteras o gente que trabajaba por ejemplo en archivo no en el sótano del canal a hacer conductora internacional no es el caso, por ejemplo, Ornella Palumbo que trabajaba en videoteca, me parece en archivo, en el sótano del canal, literal y luego pasó a ser reportera en Movistar deportes vivieron cualidades pasó a conducir en Movistar deportes y ahorita mismo trabajan y es bien Argentina y vive en Argentina porque se la llevaron para allá no entonces ese creo que es un además un aporte muy grande pero el periodismo peruano porque representa también a las periodistas del Perú allá en Argentina no por ejemplo y así varios casos de chicas que de repente llegaron con otras funciones y ahora están ya con otras responsabilidades no muchas que salimos también de la prensa escrita y ahora estamos en un canal de televisión tenemos a veces también pantalla exposición no podemos hacer entrevistas e informes especiales o sea yo creo que el aporte es no depende el género depende de que tanta capacidad tenga el periodista para sumar al medio en el que trabaja no sea hombre o sea mujer este los aportes son los mismos no varían según el género no deberían en todo caso variar o el asombro no debería ser distinto no si lo hace una mujer o un hombre pero bueno te comentaba el caso de Ornella Palumbo porque de hecho es muy bueno no esté e incluso tampoco varios chicos no lo han logrado no o sea tener pantalla en el extranjero es un logro muy grande para ella y como te decía para el periodismo peruano también definitivamente no tengo la respuesta no porque no he trabajado incluso en señal abierta de repente estando más cerca de Del día a día de un canal de señal abierta te podría dar una respuesta más más específicas no son más acertada pero según mi percepción y por lo que veo o sea por la chamba que hace alguien que trabaja en un canal de señal abierta intuyo que podría ser porque tienes muchas más cosas que hacer sales muchísimo más como te decía no ahora las mujeres también se suceden los zapatos también van a la cancha pero de repente los cañal canales de señal abierta este tienen ese no sé pues esa manera de pensar de repente no que la mujer no va a poder salir tanto no va a poder hacer tanta chamba por ejemplo los canales de señal abierta también a veces yo el año pasado estuve en el hotel de concentración de Perú estuvimos de más o menos de 7 de la noche 7:30 hasta las 10 y 45 que era el toque de queda en ese momento creo que había toque de queda no me acuerdo este pero sí fue en época de coronavirus no y por ejemplo los del 4 se quedaron fuera se quedaron hasta la madrugada me dijeron que se quedaron hasta que llegó el último jugador que llegó pasada la media noche hasta la 1:00 de la mañana y ellos estuvieron desde antes entonces también siento que el ritmo de trabajo el exponer a la mujer a la que sé que está muy tarde

o ese tipo de cosas de repente hace que ellos son ten por los chicos no sé o sea a mí me da que pensar eso tal vez puede hacer eso no este o también de repente hay programas que ya tiene muchísimos años y que las cabezas muchas veces incluyen esas decisiones no y ahí hay personas que son un poquito más cerradas con algunos temas y se sienten cómodas con los mismos reporteros de siempre con reporteros hombres de repente no sienten la necesidad de incluir una mujer no si les funciona el rating porque los canales enseña abierta ven mucho el tema del rating si le funciona y les va muy bien en números para que hacer cambios no se me ocurre no lo sé en cable igual importe el Reino obviamente la audiencia el casi todo esto pero no es lo que manda el día a día no o sea si no nos quedaríamos también hasta las 2:00 de la mañana esperar una nota por ejemplo no entre comillas estamos más cómodos en ese sentido me entiendes no sé si me dejas entender pero bueno eso es lo que yo pienso.

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES.

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: GONZALES PONCE DE LEON ERICA
- 1.2. Cargo e institución donde labora: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: CUESTIONARIO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Eficiente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado el alcance de ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y desarrollo de capacidades de los involucrados.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos de la Calidad de la Educación					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.					X

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

.....
.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:



Firma, post firma y cargo del validador

Lima, 08 de DICIEMBRE del 2020

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES.

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: NINAQUISPE SOTO MARIO EDISON
- 1.2. Cargo e institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARCOS
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: CUESTIONARIO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Eficiente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					90
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				80	
3.ACTUALIDAD	Adecuado el alcance de ciencia y tecnología.					90
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					95
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.					95
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y desarrollo de capacidades de los involucrados.					90
7.CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos de la Calidad de la Educación				80	
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					95
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					95
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.					95

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

.....
.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90.5



Firma, post firma y cargo del validador

Lima, 08 de DICIEMBRE del 2020

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES.

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: HORNA RUIZ, RUBEN
- 1.2. Cargo e institución donde labora: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: CUESTIONARIO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Eficiente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					x
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables					x
3.ACTUALIDAD	Adecuado el alcance de ciencia y tecnología.					x
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					x
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.					x
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y desarrollo de capacidades de los involucrados.					x
7.CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos de la Calidad de la Educación					x
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					x
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					x
10.OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.					x

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

Lima, __08__ de _DICIEMBRE_ del 2020



Ing. MBA Ruben Horna Ruiz
Docente TC – Coordinador Ing.
Civil
UPN Breña – Working Adult