

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**Análisis de la difusión de contenidos informativos de fútbol femenino
publicados en portales digitales de radios deportivas de Ecuador**

AUTORA:

Ligia Elena Moreira Burgos

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

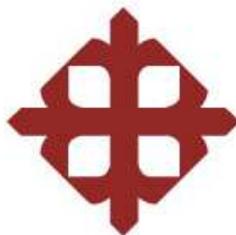
Licenciada en Comunicación y Periodismo

TUTORA:

Lcda. Julia Martha Murga Tenempaguay Mgs

Guayaquil, Ecuador

2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Ligia Elena Moreira Burgos, como requerimiento para la obtención del título de Licenciada en Comunicación y Periodismo.

TUTORA

f. _____

Lcda. Julia Martha Murga Tenempaguay Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Luna Mejía Efraín Alfonso

Guayaquil, a los 17 días del mes de septiembre del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ligia Elena Moreira Burgos

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la difusión de contenidos informativos de fútbol femenino publicados en portales digitales de radios deportivas de Ecuador**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Comunicación y periodismo** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 17 días del mes de septiembre del año 2018

LA AUTORA

f. _____

Ligia Elena Moreira Burgos



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Ligia Elena Moreira Burgos**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la difusión de contenidos informativos de fútbol femenino publicados en portales digitales de radios deportivas de Ecuador**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 17 días del mes de septiembre del año 2018

LA AUTORA:

f. _____

Ligia Elena Moreira Burgos

Urkund

URKUND

Documento: [TESIS LIGIA MOREIRA.docx \(D4-0997898\)](#)
Presentado: 2018-08-27 11:24 (-05:00)
Presentado por: Julia Murga (julia.murga@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido: julia.murga.ucs@analysis.urbund.com

3% de estas 40 páginas, se componen de texto presente en 13 fuentes.

Lista de fuentes	Bloques
+	Categoría
+	Enlace/nombre de archivo
+	https://repositorio.ucs.edu.ec/bitstream/3317/8974/1/T-UCSG-PRE-FIL-CCS...
+	T. Sandoval Zuriñaga.doc
+	https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2018/05/los-medios-de-com...
+	https://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/03/per...

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

depende de las empresas de comunicación sino de todos los involucrados en la actividad.
Depende del torneo femenino amateur y su organización, el que ellos vieran la información a los medios de comunicación, también depende de los equipos como manejan sus redes sociales, y transmiten información, de estos y muchos más factores depende el generar interés de la prensa. (Arauz, 2018)

Finalmente, la jugadora Sofía Sánchez, otra de las consultadas en el grupo focal, considera que una vez que el fútbol femenino se profesionalice, conseguirá más exposición en los medios. "Siempre va a depender de cuánto venda el fútbol femenino es decir el aporte que tenga la empresa privada y eso desencadena en la influencia de medios de comunicación".

CONCLUSIONES

El trabajo de investigación permitió realizar un análisis sobre la difusión que realizaron dos medios radiales en sus páginas webs sobre el fútbol femenino en los años 2013 hasta mediados del 2018. Luego del proceso de investigación y el análisis de resultados se logró obtener las siguientes conclusiones.

Los medios radiales especializados en deportes le brindan mayor espacio al fútbol, pero entre ellos el masculino predomina sobre el femenino que tiene un espacio mínimo en estos medios de comunicación.

Vale recalcar que con el paso de los años como se puede notar en el análisis, la apertura a

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios porque me permitió cumplir una de las metas que tenía pendiente y por guiarme en cada paso.

A mis padres y hermanos, por su ayuda constante, dedicación, paciencia en esta etapa de mi vida, y porque estoy segura que este logro sacará una sonrisa en ellos.

A mis amigos, quienes siempre estuvieron presentes, ayudándome de una u otra manera o simplemente brindándome palabras de aliento

A mi tutora Martha Murga, por su paciencia, dedicación y profesionalismo en este trabajo que juntas sacamos adelante. Por las enseñanzas brindadas en este tiempo y porque me permitió conocer un poco más de lo que significa el amor al periodismo.

Ligia Elena Moreira Burgos

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mis padres, Mónica y José, ellos, quienes me han brindado su apoyo incondicional, consejos enriquecedores y valores que sin necesidad de decirlos, los aprendí mientras los observaba.

A ellos, que no dudaron ni un segundo en buscar los medios para que me formara como profesional, que me acompañaron en cada paso para que nunca me rindiera con la finalidad de que viviera este momento.

A mis profesores por compartir sus conocimientos y por enseñarme a querer esta carrera que inició como una opción y ahora formará parte de mi vida.

Ligia Elena Moreira Burgos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Lcda. Julia Martha Murga Tenempaguay Mgs

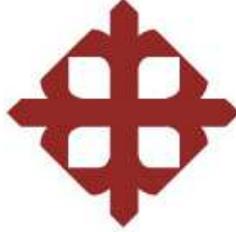
TUTORA

f. _____

DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CALIFICACIÓN

Lcda. Julia Martha Murga Tenempaguay Mgs

TUTORA

ÍNDICE

RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO I.....	4
1.1 Planteamiento del problema.....	4
1.2 Justificación.....	4
1.3 Objetivos.....	6
1.3.1 Objetivo general.....	6
1.3.2 Objetivos específicos.....	6
CAPÍTULO II.....	6
2.1 La radiodifusión.....	6
2.2 Radiodifusión en Ecuador.....	7
2.3 Radio en internet.....	9
2.3.1 Portales informativos de radio.....	9
2.4 Tratamiento de contenidos en portales informativos.....	10
2.4.1 Roles en la producción de contenidos.....	16
2.5 Radios deportivas de Ecuador.....	16
2.6 Fútbol femenino, generalidades, historia.....	19
2.6.1 Primeras publicaciones sobre fútbol femenino.....	20
2.6.2 El fútbol femenino en Ecuador.....	22
2.7 Igualdad de género en el deporte y la invisibilización de la mujer en medios.....	25
2.8 El fútbol femenino como etiqueta informativa.....	28
2.9 Marco legal.....	30
CAPÍTULO III.....	32
3.1 Metodología de investigación.....	33
CAPÍTULO IV.....	38
4.1 Análisis de resultados.....	38
4.1.1 Análisis de resultados de radio Huancavilca.....	39
4.1.2 Análisis de resultados de Radio La red.....	45

4.2 ¿Qué opinan las fuentes de información del fútbol femenino?.....	51
CONCLUSIONES	54
REFERENCIAS Y FUENTES CONSULTADAS	57
ANEXOS.....	61

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	12
Figura 2	12
Figura 3	13
Figura 4	13
Figura 5	14
Figura 6	14
Figura 7	15
Figura 8	15
Figura 9 IMÁGEN	21
Figura 10	29
Figura 11	36
Figura 12 GRÁFICO	39
Figura 13 GRÁFICO	40
Figura 14 GRÁFICO	41
Figura 15 GRÁFICO	42
Figura 16 GRÁFICO	42
Figura 17 GRÁFICO	43
Figura 18 GRÁFICO	44
Figura 19 GRÁFICO	44
Figura 20 GRÁFICO	46
Figura 21 GRÁFICO	46
Figura 22 GRÁFICO	47
Figura 23 GRÁFICO	48
Figura 24 GRÁFICO	48
Figura 25 GRÁFICO	49
Figura 26 GRÁFICO	50
Figura 27 GRÁFICO	50

RESUMEN

El presente trabajo muestra un análisis de las publicaciones informativas sobre el fútbol femenino, nacional, internacional y selección en los medios de comunicación de Ecuador, específicamente en las radios *Huancavilca* y *La Red*, de Guayaquil y Quito, respectivamente.

El trabajo se centró en el registro de la cantidad de publicaciones que ambos medios realizaron en sus portales informativos desde 2013, año del primer torneo nacional femenino en el país, y la búsqueda culminó a mediados del 2018, año en el que culmina el desarrollo del torneo amateur ya que para el 2019 entra en vigencia la disposición internacional que obliga a los clubes profesionales de Ecuador a conformar sus equipos femeninos de primera división.

La recopilación de datos cuantitativos durante el periodo mencionado se sistematizó bajo la técnica de investigación de análisis de contenidos, lo que dio paso a la formulación de una serie de categorías que fueron confrontadas con las opiniones de los periodistas deportivos (investigación cualitativa) que producen las noticias en las radios tomadas como referentes del estudio. A esto se sumó las impresiones de las personas que son parte del entorno de la actividad deportiva y que de una u otra forma se convierten en sujetos de la noticia.

Finalmente, la poca cantidad de publicaciones y la baja calidad de los contenidos publicados lleva a la conclusión de que la difusión sobre noticias de fútbol femenino sigue siendo escasa y deficiente en las radios deportivas, pero que esto no solo responde a la traba cultural de identidad de género, sino también a las complicaciones y limitaciones del oficio periodístico en las radios y otros factores.

Palabras claves

Periodismo deportivo – radiodifusión – portales informativos – contenidos multimedia – fútbol femenino – identidad de género

ABSTRACT

The present work presents an analysis of the informative publications on women's soccer, national, international and selection in the media of Ecuador, specifically in the radio station Huancavilca and La Red, of Guayaquil and Quito, respectively.

The work focused on the record of the number of publications that both media made in their informative portals since 2013, the first year of the national women's tournament in the country, and the search culminated in mid-2018, year in which the international provision that compels the professional clubs of Ecuador to form their women's first division teams came into force.

The collection of quantitative data during the aforementioned period was systematized under the research technique of content analysis, which led to the formulation of a series of categories that were confronted with the opinions of sports journalists (qualitative research) that produce the news in the radios taken as referents of the study.

Added to this were the impressions of the people who are part of the sports activity environment and who in one way or another become subjects of the news.

Finally, the low number of publications and the low quality of the published content leads to the conclusion that the dissemination of women's football news is still scarce and deficient in sports radios, but that not only responds to the cultural obstacle of gender identity, but also to the complications and limitations of journalism in radios and other factors.

Keywords

Sports journalism - broadcasting - information portals - multimedia content - women's football - gender identity

INTRODUCCIÓN

El tema intenta exponer las estadísticas de frecuencia de publicaciones de la información sobre fútbol femenino en Ecuador en dos radios deportivas del país. Este trabajo permitirá tener una idea aproximada del tratamiento, formas de producción, la calidad y cantidad de contenidos informativos sobre el fútbol femenino, nacional, internacional, de equipos, jugadoras y selecciones nacionales.

Este trabajo se basa en una primera instancia en el análisis de los contenidos difundidos por dos estaciones de radios deportivas del país: una de Quito y una de Guayaquil, a través de sus portales digitales durante el periodo del 2013 al 2018, que comprende el apogeo de la actividad en el país, pues este periodo coincide con el inicio del primer campeonato oficial del fútbol femenino en Ecuador y la primera clasificación del país a un Mundial en 2015.

Se aclara que la plataforma de la que se toma la muestra son las webs de las radios por la accesibilidad al archivo en línea y porque ambas estaciones -en comparación con otras- conservan esta recopilación disponible en la web desde 2013 hasta la fecha, convirtiéndose en un respaldo fundamental para el estudio.

Además, se justifica que el análisis de los contenidos se extiende hasta el primer semestre del 2018, año en el que se da fin al torneo amateur ya que para el 2019 la Confederación Sudamericana de Fútbol (Conmebol) anunció la obligatoriedad de todos los clubes profesionales de conformar equipos de damas.

En una segunda fase, luego de realizar el análisis de los contenidos y de interpretar los resultados (estudio cuantitativo), se aplicó un estudio cualitativo con el diseño de un cuestionario de preguntas dirigidas a los productores de los contenidos, es decir a los comunicadores responsables de la publicación en las webs de las dos radios consideradas como referentes de la investigación.

Finalmente, se realizó un acercamiento a la percepción de las personas involucradas en la generación de la información, por ser consideradas fuentes de primera mano: un dirigente, una entrenadora y dos jugadoras de fútbol, quienes están interesadas en que la difusión de noticias se incremente. Con ellos se aplicó la técnica de grupo focal, con la intención de conocer sus opiniones y puntos de vista sobre la difusión de los contenidos informativos de fútbol femenino en los portales webs de las radios del país.

El objetivo de esta investigación es aplicar la técnica de investigación de análisis de contenidos para exponer no solo la frecuencia de publicaciones, sino también la forma cómo se difunden los contenidos informativos de fútbol femenino en las radios deportivas, y mostrar otros factores que influyen en la producción y difusión de estas noticias. Hay que justificar que la utilización del análisis de contenidos como técnica de investigación (metodología) se convirtió en el camino más pertinente.

Se constituye en un instrumento de respuesta a la curiosidad del hombre por descubrir la estructura interna de la información, bien en su composición, organización o estructura. Esta técnica centra su búsqueda en los vocablos y otros símbolos que configuran el contenido de las comunicaciones (López, 2002), muy útil en estudios de medios.

CAPÍTULO I

1.1 Planteamiento del problema

A pesar de que, en los últimos años, el fútbol femenino a nivel nacional ha logrado algo de notoriedad en los medios, es evidente que la difusión de contenidos informativos sobre fútbol femenino en los portales de Internet de radios de Ecuador desde el 2013 al 2018 sigue siendo escasa, propiciando de una u otra forma la invisibilización de la mujer en la actividad deportiva.

Se toma como referencia el año 2013 porque desde esta temporada comienzan a realizarse los torneos de la categoría mayor, organizados por la Comisión Nacional de Fútbol Amateur (Confa) y el Ministerio del Deporte. Y se llega hasta el 2018, año en el que culmina el torneo (Amateur) para darle paso al profesional a partir del 2019 ya que la Confederación Sudamericana de Fútbol (Conmebol), organismo internacional que rige la actividad del balompié en Ecuador, que obliga a los clubes (masculinos) profesionales a crear su división de mayores en mujeres para participar en competencias oficiales.

1.2 Justificación

El fútbol femenino a nivel internacional está tomando fuerza y los medios de comunicación forman parte fundamental de ese proceso. En Ecuador la situación es un poco diferente, el foco de los medios de comunicación está permanentemente sobre el fútbol masculino, dejando casi sin espacio a la rama femenina.

La poca divulgación por parte de los medios de comunicación no beneficia al desarrollo del fútbol femenino y tampoco beneficia al cambio de percepción de la imagen y roles de las mujeres en los medios.

En el año 2014 y 2015 se generó un gran interés por el balompié en la rama femenina, con la aparición de los reportajes, entrevistas, notas, tanto en medios impresos, televisivos y radiales, lo que dio como resultado generar la atracción de la afición ecuatoriana, pues la asistencia a los escenarios deportivos fue notoria y marcas multinacionales como Adidas se hicieron presentes con auspicios para jugadoras.

El punto principal de este trabajo se enfoca en las radios, el medio de comunicación que tiene una larga historia y que a pesar de los años y los cambios que ha sufrido sigue siendo uno de los medios más accesible para la población. Por esta razón el trabajo busca mostrar de qué manera dos radios, una de Quito y otra de Guayaquil, han manejado las publicaciones en sus páginas webs sobre el tema del fútbol femenino.

En la actualidad es un tema que genera mucho interés y este es un trabajo que no se ha mostrado con anterioridad en Ecuador, se han realizado comparaciones, se ha trabajado sobre otros medios, como diarios, pero en páginas webs de radios no se ha presentado una investigación (tomando en cuenta el dominio de la tecnología en los medios).

Vale recalcar que este trabajo aportará un antes y un después del fútbol femenino de Ecuador en la divulgación de información de los medios radiales, porque a partir del año 2019 empieza a regir el reglamento emitido por la Conmebol, que obliga a los equipos que clasifiquen a Copa Libertadores y Sudamericana deben tener su equipo femenino profesional.

Este trabajo levantará información que puede servir como base y apoyo para trabajos futuros que necesiten de los datos que se recopilaron en esta investigación.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar la difusión de contenidos informativos sobre fútbol femenino publicados en los portales de Internet de *Radio Huancavilca* y *Radio La Red*, desde el 2013 al 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

- Analizar los contenidos informativos sobre fútbol femenino difundidos en los portales web de las radios *Huancavilca* y *La Red*.
- Relacionar los contenidos informativos sobre fútbol femenino fútbol publicados en los portales de las radios *Huancavilca* y *La Red* con los criterios de producción periodística de los periodistas deportivos.
- Exponer los principales aspectos que influyen en la difusión de contenidos informativos sobre fútbol femenino en las radios de Ecuador.

CAPÍTULO II

2.1 La radiodifusión

La radio es uno de los medios de comunicación tradicional, cuyos inicios datan de hace aproximadamente un siglo. En todo este largo periodo, la radio ha evolucionado y mucho más con el auge de la tecnología, por lo que tuvo que adaptarse y realizar cambios en su forma de involucrarse con los oyentes, como lo indica Faus, citado por Pilar Martínez (2012): “El medio radiofónico está definiéndose y reinventándose”.

La radiodifusión en la historia de los medios de comunicación ha sido siempre un referente, pues a través de este canal se amplió y se abrió la frontera de

comunicación de los medios con la sociedad de una forma más colectiva, masiva e inmediata con el público. Esto provocó que de alguna manera los oyentes estén conectados en un mismo tiempo y espacio como lo menciona Damas (2003): “Es preciso afirmar en primer lugar que la radio goza de una alta penetración social, temporal y espacial, y de una amplia difusión popular”

La radiodifusión produce señales de audio y video, esto permite que las emisoras puedan transmitir la información o contenidos que realizan para que puedan llegar a públicos específicos o generales.

2.2 Radiodifusión en Ecuador

En Ecuador, la radio comenzó a operar a través de ondas de radiofrecuencia en 1925 y desde ese año hasta la actualidad su crecimiento en número y variedad ha sido continuo. Al 2017, según el Registro Público de Medios del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom), en el país hay 617 estaciones radiales. El detalle, expone el mismo organismo, es el siguiente:

De los 1170 medios de comunicación social registrados en el catastro hasta el año 2017, se observa que el 52.74% de medios registrados corresponde a radios en las frecuencias AM / FM. Cabe indicar que la cuarta parte, es decir el 25.38% compete a medios impresos. El 21.88% son medios de audio y video por suscripción (con canal local), televisoras y portales informativos en internet. (Cordicom, 2018)

Otro dato interesante de las estadísticas oficiales que hay destacar es el tipo de contenido deportivo que difunden, que de acuerdo con la clasificación determinada por la Ley de Comunicación -expedida en 2013- debe ser identificado con la letra D, tanto en periódicos, radios y televisión, y obviamente en sus respectivos portales informativos digitales en el que caso de poseerlos.

Según el artículo 60 de la Ley de Comunicación de Ecuador, los contenidos informativos que difunden los medios se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D
6. Publicitarios -P.

Tras definir estos parámetros, la Cordicom hace el siguiente desglose que es interesante poder resaltar para este estudio:

La programación de las radios corresponde a: clasificación "E" Entretenimiento, con el 45.58%, programas de clasificación "F", formativo, educativo y cultural, representado por el 31.97%, programas de contenido "I" informativo 14.12%, programas de contenido "D" deportivo 4.10%, programas "O" de opinión 3.16% y "P" de contenido publicitario 1.08%. (Cordicom, 2017)

A pesar de que estos datos reflejan que el 4,10 % del contenido difundido es deportivo, hay que aclarar que este es el único tipo de contenido que tiene bien delimitada la temática, no es el caso de los contenidos informativos, en los que pueden considerarse noticias de política, internacionales, economía, sociedad, comunidad, incluso tecnología o ecología; en F, pueden incluirse cultura, artes, interculturalidad, educación, orientación, religioso, etc.

Además, es importante indicar que en Ecuador -dentro de las 617 radios registradas- aquellas especializadas en información o incluso las de programación generalista o diversa tienen espacios dedicados a deportes, o con más precisión son consideradas radios deportivas.

Al respecto, la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF), que anualmente acredita a los medios para las diversas competencias oficiales que avala, tiene un registro -actualizado a marzo del 2018- de 34 radios deportivas o que dedican buena parte de su programación a la difusión de contenidos deportivos.

2.3 Radio en internet

2.3.1 Portales informativos de radio

Cebrián Herreros, citado por Pilar Martínez (2012), menciona que “Internet impone repensar y replantear la radio y nace otro producto”. Esto sucede con la radio, un medio adaptado a su principal función, informar, pero que “a medida que se profundiza y se experimenta surgen otras modalidades sonoras que amplían o modifican la concepción tradicional del medio”, indica Faus (2012).

Hasta antes del apogeo de la web 2.0 (interacción en la red), la radio manejaba una relación unidireccional con sus oyentes en la que solo se entregaba información, el público recibía el mensaje, pero no existía una retroalimentación constante, esto se puede ejemplificar indicando que los locutores proyectaban su voz y que, a través de este recurso sonoro, los radioescuchas se imaginaban el rostro del comunicador, a pesar de que en algunas ocasiones la expectativa no coincidía con la realidad.

No obstante, en los últimos años la radio tiene otras formas de interactuar con su público. Los oyentes pueden opinar, dejar sus comentarios, sugerencias, una comunicación de ‘doble vía’, es así como el receptor no solo espera el mensaje del emisor, sino que también emite su comentario.

El papel de los medios en la actualidad no solo se limita a entregar información, sino a facilitar la participación de las audiencias. De ahí que la plataforma que usted seleccione para construir su sitio web debe ser dinámica. De doble vía” (López, 2012)

La radio generalmente transmitía sus programas en vivo y sus oyentes tenían que estar con sus oídos atentos a la hora de la transmisión para no perder los detalles de la emisión, pero con la llegada de la tecnología y por ende de las radios a la web, todo se facilitó como lo menciona López.

Ya no se depende de un horario específico para escuchar una pieza radiofónica. Ahora es tan sencillo como grabar en formato digital los programas mientras son emitidos, y luego ponerlos accesibles a los usuarios

con un enlace para descarga o insertándolos en un reproductor para su escucha directa desde la página de la estación” (López, 2012).

La radio web es una plataforma TIC (tecnología de la información y comunicación) que va ganando su espacio en el medio y de alguna manera llega para brindarle un valor adicional que permitiría una mayor variedad en cuanto a la programación y la interactividad como lo expresa Martínez Costa (2012): “Internet se presenta como una ocasión para enriquecer las estrategias discursivas del medio radiofónico, desarrollar contenidos más personalizados e intensificar el diálogo con el grupo de oyentes que se identifican con un estilo particular de hacer radio”

Para Pitt & Daños, citado por Martínez Costa (2012), “finalmente el sitio web es una herramienta más para promover los contenidos de la antena y para dotar de un nuevo valor a la distribución de la programación basada en la interactividad”.

2.4 Tratamiento de contenidos en portales informativos

Los portales de información de las radios en Internet manejan el mismo lenguaje web que utiliza cualquier otra plataforma on line. Es decir, adapta la presentación, diseño, difusión y tratamientos de los contenidos a las codificaciones estandarizadas para la web y sus respectivas normas.

Rivera y Ballesteros (2012), en su libro *100 Claves para la Radio en Línea*, exponen algunas de las recomendaciones a seguir para la difusión de contenidos en portales on line de radio, de las cuáles se citan las más pertinentes:

- Utilice administradores de contenidos** con lenguaje de marcado de hipertexto html, por sus siglas en inglés. Este es un lenguaje usado para definir páginas web.
- Asigne palabras clave** (meta etiquetas) para describir los audios que ofrece.
- Titule** cada audio o nota que publique.
- Enlace** a otras páginas. Procure que cada nota publicada contenga más de un enlace.
- Coloque pie de fotos** a todas las imágenes.

Finalmente, rivera y Ballesteros destacan la importancia de integrar contenido multimedia a las producciones informativas publicadas en las radios on line:

Es época de la convergencia digital, época que simplifica y agiliza los procesos del trabajo periodístico, y los medios tienen a mano herramientas poderosas para transmitir contenidos. Si bien la radio carretea sobre el sonido como su lenguaje específico, la experiencia de emisión en On tiene como soporte una plataforma multimedia donde la información oral se complementa con fotos, textos, videos (River y Ballesteros, 2012, pp. 17-18).

De esta forma, hay que detallar un listado de los elementos que se consideran al momento de publicar contenidos informativos en los portales informativos de las radios:

Título: Una frase que destaque el tema de la noticia, con la observación de que en la web debe ajustarse al lenguaje SEO (Optimización para motores de búsqueda) para facilitar la búsqueda en la red.

Sumario o destacado: Información textual que resume la noticia, podría ser considerado un lead, pero también corresponde a un dato destacado del cuerpo de la noticia.

Cuerpo de texto: Es la información textual de la noticia que puede extenderse desde uno o más párrafos.

Etiqueta: También conocida como 'tag' son palabras claves con las que se puede identificar la información a la que se refiere cada noticia.

Enlaces: Son direcciones sindicadas dentro de la misma información que llevan al internauta a otras páginas o ventanas que funcionan como referencia o información complementaria.

Fotos: Imagen fotográfica que acompaña a la información de texto.

Videos: Producciones audiovisuales cortas que acompañan a la información.

Audios: Producciones sonoras que se embeben en los portales de radio.

Infografías: Ilustraciones con gráficos y textos

Para ilustrar mejor las categorías descritas en líneas anteriores, a continuación, se presenta la imagen a manera ejemplo para identificar los principales elementos mencionados.

Sumario o destacado



The screenshot shows a mobile browser interface. The address bar contains 'lared.com.ec/es/?s=fútl'. Below the browser is a news article. The article features a photograph of women playing football on a field. The headline reads 'USFQ y Espe lideran en la Segunda Etapa del Torneo de Fútbol Femenino'. The text below the headline states: 'La Federación Ecuatoriana de Fútbol a través de la Comisión Nacional de Fútbol Aficionado (CONFA), dieron a conocer los resultados de la Tercera Fecha de la Segunda Etapa del Torneo Clausura del Quinto Campeonato Nacional de Fútbol Femenino, Categoría "A", que se jugaron este fin de semana en las diferentes provincias del país.' There is a heart icon at the bottom left of the article content.

Figura 1

Texto

REFERENCIAS

SUB NACIONAL **5. Campeonato Femenino**

Desde el 1 de agosto se jugará el Campeonato Abierto de Fútbol Femenino de Quito. El pasado martes se realizó el congresillo técnico con la asistencia de los delegados de todos los equipos interesados en participar en el torneo.

Este certamen se lo realiza con el objetivo de fomentar la actividad del balompié femenino en la capital ecuatoriana.

Figura 2

Etiqueta

15.

SECCIONES

fútbol femenino



fútbol femenino

Manchester United recordó el out oficial de Antonio Valencia

LOS 10 ESTE MES

MÁS VISTOS

1 Liga ya está en Río De Janeiro enfocado en su

2 Aucas y el C firmarán un

SEARCH RESULTS FOR "FÚTBOL FEMENINO" - ÚLTIMOS ARTÍCULOS

Figura 3

Enlaces

Arrancó el fútbol femenino en los Juegos Centroamericanos y del Caribe

por La Red (BQ) el 19 julio, 2018



REFERENCIAS

SUB INTERNACIONAL

9.Fútbol Femenino Internacional

Figura 4

Fotos

Listo el Campeonato Abierto de Fútbol Femenino en Quito

por *La Red (BQ)* el 26 julio, 2018



Figura 5

Video

En el marco de la campaña, no están solas, en el video también aparecen la cantante Zendaya, la actriz Reese Witherspoon, el presentador James Corden y también David Beckham.

El ex capitán de la selección inglesa, ha dado un paso más en su lucha por el reconocimiento del fútbol femenino. Y en sus redes sociales muestra dos clips en blanco y negro en donde Beckham entrena junto a su hija. Todo esto como una forma de reforzar la campaña #PassTheBall.

A continuación el video de la campaña:



Figura 6

Audio

Además de su próximo rival Deportivo Quito que también está peleando un cupo para las semifinales expresó **"El Deportivo Quito ha sido un equipo históricamente fuerte, pero nostras estamos muy confiadas ya hemos jugado contra ellas y les hemos ganado, esperamos lo mismo"**.

Les invitamos a escuchar el audio de la entrevista:



Figura 7

Infografía

Así esta la tabla de posiciones a falta de una fecha para conocer los equipos semifinalistas:

GRUPO "A"									
N.-	EQUIPOS	PJ	PG	PE	PP	GF	GC	PTS	GD
1	U. SAN FRANCISCO (Pichincha)	5	3	1	1	11	7	10	+4
2	ÑAÑAS (Pichincha)	5	2	2	1	15	7	8	+8
3	D. Quito (Pichincha)	5	2	1	2	9	11	7	-2
4	Cumanda Agua Lluvia (Pastaza)	5	0	2	3	6	16	2	-10

GRUPO "B"									
N.-	EQUIPOS	PJ	PG	PE	PP	GF	GC	PTS	GD
1	LDU AMATEUR (Pichincha)	5	3	0	2	14	8	9	+6
2	Unión Española (Guayas)	5	1	3	1	7	7	6	0
3	ESPE (Cotopaxi)	5	1	3	1	6	6	6	0
4	ESPUCE (Pichincha)	5	1	2	2	4	10	5	-6

Figura 8

2.4.1 Roles en la producción de contenidos

Al trabajar con aplicaciones, herramientas digitales o software, los portales informativos de las radios requieren un equipo de trabajo más tecnificado para la producción de los contenidos informativos. De forma general se mencionan algunos de los roles que conforman el organigrama de la producción de contenidos web.

- Diseñador web
- Diseñador gráfico
- Videógrafo y editor de video
- Editor y creativo de sonido
- Reportero y editor de textos
- Community manager* para redes sociales

Hay que aclarar que tomando en cuenta los bajos presupuestos con los que trabajan las radios ecuatorianas, estas no siempre cuentan con todas las personas especializadas en cada una de las áreas antes mencionadas, lo que obliga incluso a doblar funciones para los radiodifusores.

Además, para objeto de este estudio se consideran únicamente los roles relacionados directamente con la generación, tratamiento y difusión de contenidos informativos, es decir el reportero y/o editor de textos, videógrafos y *community manager*, actividades que muchas veces son desempeñadas por el mismo comunicador.

2.5 Radios deportivas de Ecuador

Las radios en Ecuador siguen siendo parte fundamental de la sociedad, de la misma manera el deporte mantiene un espacio especial en los oyentes, esto ha permitido que varios medios de comunicación se especialicen en este segmento. Es así como lo menciona Godoy:

El deporte ha sido contenido relevante en la radio desde el nacimiento del medio. La evolución de la información deportiva en él es trasunto de la evolución misma de la radio, y por eso hoy esa información y esos contenidos no sólo atraviesan uno de sus mejores momentos –al menos, cuantitativamente- en casi un siglo de historia, sino que da paso a un modelo específico, y demandado, de emisoras especializadas (Godoy, 2005)

En Ecuador existen aproximadamente 34 radios (según datos de la FEF) especializadas en deportes. Esto significa que su programación está basada en transmitir, compartir, analizar y hablar sobre deportes en general. Pero Gran parte de sus contenidos tratan en mayor medida temas futbolísticos.

Para Belén Quinatoa, periodista de *Radio La Red* de Quito, el tema no pasa precisamente porque los medios no les presten atención a los demás deportes, ella menciona que es un tema de audiencias.

No es que los medios le presten más atención a un deporte, pero se responde a una realidad. Hay dos razones: se ve dónde están las audiencias y eso indudablemente se lo lleva el fútbol; y la otra, el mercado: Los auspicios están puestos principalmente en el fútbol (Quinatoa,2018)

En el año 2018 se acreditaron 18 medios televisivos, prensa escrita y digitales 55 en total, por su parte los medios radiales acreditados fueron 34 según los registros de la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF,2018).

Esto indica que sigue prevaleciendo la cantidad de medios radiales interesados en transmitir o brindar o información sobre fútbol.

Guayaquil y Quito son las ciudades que cuentan con la mayor cantidad de radios especializadas en deportes, por su parte Guayaquil cuenta con un total de 4 emisoras radiales que dedican sus espacios ciento por ciento al deporte. Entre las radios de Guayaquil se encuentran:

Super k800: Se define como una radio con alcance nacional, Su página web es: <http://superk800.com/> En la que tiene las siguientes secciones; fútbol ecuatoriano, fútbol internacional, otros deportes, galería multimedia, programación radial y quienes somos.

CRE: Especializada en transmisiones relacionadas con el deporte, mayormente fútbol. Su página web: www.radiocre.com Sus secciones están divididas en, deportes, fútbol, nacional, internacional, provincias y radio online.

La Redonda: Especializada en deportes, su sitio web es: <http://laradioredonda.ec/AM/> y entre sus segmentos se encuentra, nacional, internacional, programación, nuestra cobertura, rendición de cuentas y contáctenos.

Diblu 88.9 FM: Matriz en la ciudad de Machala y repetidoras en la ciudad de Guayaquil, cuenta con segmentos de noticias y música, pero se especializa en deportes. Sus transmisiones se dan las 24 horas del día y su página web es: www.diblu.ec

Por su parte, Quito cuenta con 4 radios especializadas en deportes y son las siguientes:

La Red: Matriz en la ciudad de Quito, sus transmisiones se basan en programas deportivos. Su página web es: <http://lared.com.ec/es/lared1-sublared/nosotros1/> donde se puede observar secciones como fútbol nacional, fútbol internacional, polideportivo (donde aparecen las demás disciplinas) y embajadores.

La Redonda: Especializada en deportes, su sitio web es: <http://laradioredonda.ec/AM/> y entre sus segmentos se encuentra, nacional, internacional, programación, nuestra cobertura, rendición de cuentas y contáctenos.

Área Deportiva: Radio ciento por ciento deportiva, su sitio web es: <http://areadeportiva.ec/> y sus segmentos están divididos en, fútbol nacional, fútbol internacional, programación y contactos.

Match Deportes: Es un medio especializado que tiene como principal meta mantener informados a sus oyentes sobre al ámbito deportivo. Algunos de sus programas más escuchados son: sobre la pelota y estudio estadio.

Hay que resaltar, que dentro de este listado están mencionadas las radios *Huancavilca* y *Radio La Red*, que difunden información especializada en deporte.

2.6 Fútbol femenino, generalidades, historia

Antes de los años 70, cuando se mencionaba la palabra fútbol popularmente se pensaba que era un deporte practicado solo por hombres, pero esto no significaba que las mujeres no realizaran la práctica del balompié, simplemente esta actividad no tenía difusión mediática y por lo tanto era invisibilizada en la sociedad desde sus inicios.

No obstante su aparición, tal como menciona la FIFA, organismo rector del fútbol internacional, se remonta a más de cien años. “El fútbol femenino tiene unas raíces tan profundas como las del masculino: su primer partido oficial se disputó el 23 de marzo de 1895” (FIFA.com, 2015)

Si se realiza un repaso de la historia del fútbol femenino, hay un hecho histórico a nivel mundial que propicia un mayor interés por la práctica:

La llegada de la Primera Guerra Mundial provocó que millones de hombres marcharan al frente. En países industrializados como Inglaterra, la mano de obra que abandonaba la fábrica para agarrar el fusil hubo de ser sustituida por mujeres. Fue entonces cuando, al igual que los hombres, ellas entraron en contacto con el fútbol. (Journey, 2014)

Aunque con este impulso todo indicaba que el crecimiento de este deporte en la rama femenina marcharía a la par del masculino, no fue así. El fútbol femenino es uno de los deportes que ha sido negado para la práctica de las mujeres durante muchos años, ya que “en 1921, apenas tres años después del fin de la Primera Guerra Mundial, la *Football Association*, la federación de fútbol inglesa, decidió prohibir los partidos entre mujeres”, según lo menciona el diario Journey (2014).

Este estancamiento duró varios años, ya que no fue hasta 1961 cuando se permitieron los partidos, por lo menos amistosos, entre las féminas. FIFA.com (2015) reseña que “ya en la década de 1880 se habían entablado varios encuentros, pero por diversas razones no pueden calificarse de partidos oficiales organizados”.

2.6.1 Primeras publicaciones sobre fútbol femenino

Pero, ¿cuándo fue la primera vez que se habló de fútbol femenino en los medios de comunicación masiva? Hay que recordar que, en el siglo pasado, los medios impresos ocupaban un lugar preponderante como forma de comunicación colectiva.

Es así como, revistas y periódicos comenzaron a hacer mención sobre la actividad del fútbol entre mujeres hace ya más de un siglo. En la edición de agosto de 1869 de la revista inglesa *Harper's Bazar*, se publicó una ilustración con grupo de mujeres vestidas a la moda pateando un balón de fútbol sugiriendo que el *kick-about* o *pick-up*, como se le decía al juego de patear la pelota, podrían involucrar niñas y mujeres en este tiempo.

Pero hay que precisar que esta actividad fue difundida por la revista solo como un hecho anecdótico entre damas, recreativo y muy informal, vinculado más al ámbito de la moda, pues las mujeres aparecían con sus atuendos tradicionales: vestidos, sombreros y zapatos con tacones.

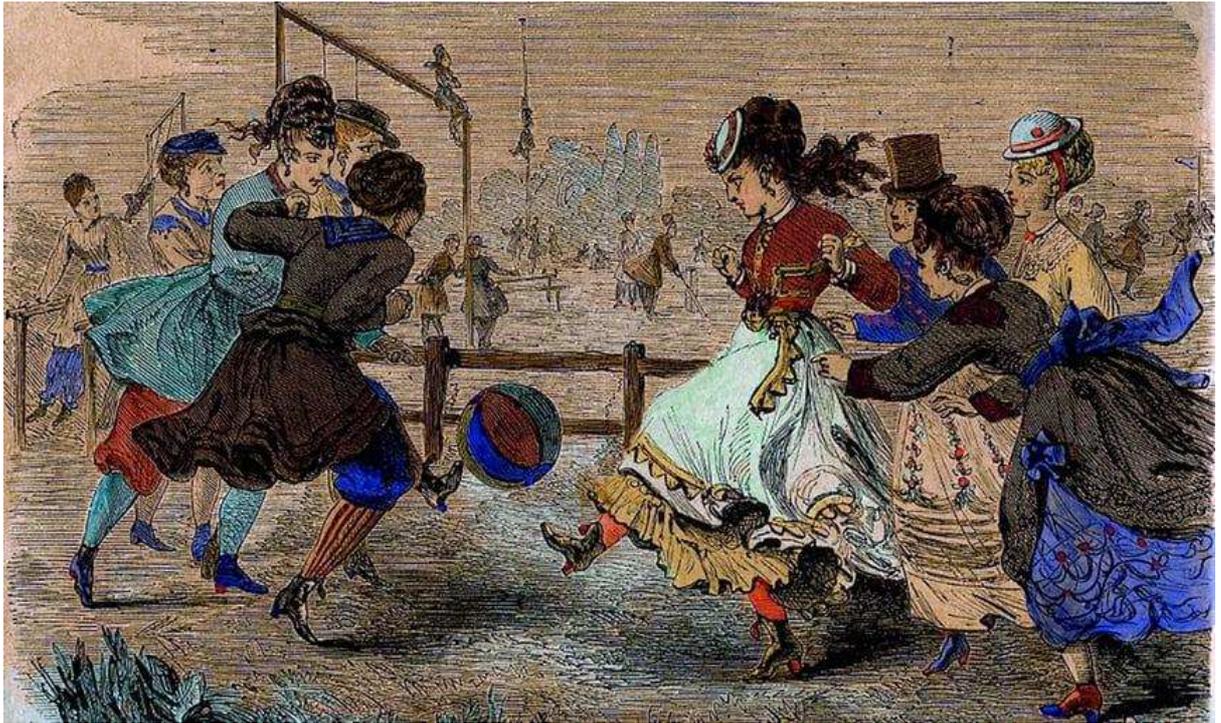


Figura 9. Captura de imagen de una fotografía publicada por la revista Harper's Bazar, en la que hace referencia a un encuentro entre mujeres en 1869.

En cambio, el diario inglés de *The Guardian* publicó en marzo de 1895 lo que podría considerarse como una de las primeras crónicas sobre fútbol femenino, que en esa época no tenía esa denominación sino simplemente fútbol de mujeres o *soccer women's*, traducción en lengua inglesa.

El portal de la Fifa.com menciona, además de *The Guardian*, a otros periódicos británicos que publicaron la “noticia” del partido reconocido oficialmente como el primero del género femenino, protagonizado por chicas de Norte y el Sur de Inglaterra, en el campo del *Crouch End Athletic*, en Londres, el 23 de marzo de 1895. La FIFA reconstruye la historia del fútbol femenino con los relatos recopilados de los diarios ingleses: *The Guardian*, *The Standard*, *Middlesbrough Daily Gazette*, *Bristol Mercury* y *Daily Post*. De todas las reseñas, se resalta la siguiente referencia:

Debo decir que la impresión que me ha dejado el partido de esta tarde ha sido la de un espectáculo bonito”, comentaba la periodista del *The Guardian*, identificada únicamente con la firma de ‘una mujer reportera’, un ejemplo más de la consideración que recibían las mujeres profesionales hace más de un siglo. La imagen de una chica pateando un balón puede ser muy grácil,

siempre que no vista esas faldas que restan toda la estética al juego. (FIFA.com, 2015)

2.6.2 El fútbol femenino en Ecuador

Si a nivel mundial, el surgimiento, desarrollo y evolución del fútbol femenino se ha visto frenado por cuestiones culturales, en Ecuador las mismas circunstancias sumadas a otras complicaciones, como la falta de organización y presupuesto, han afectado el crecimiento de la actividad, provocando que el fútbol femenino ecuatoriano tenga solo unos 40 años de desarrollo y apenas seis años de contar con un campeonato oficial de la Serie A.

El fútbol femenino tiene una historia de 122 años a nivel mundial, pero en Ecuador es casi tan joven como la seleccionadora nacional Vanessa Araúz, reconocida en 2015 por Guinness World Records como la entrenadora más joven en un Mundial femenino de la FIFA con 26 años de edad. Araúz llevó a Ecuador a su primer Copa del Mundo, Canadá 2015, con apenas dos años de actividad oficial en el campeonato nacional absoluto femenino, inaugurado recién en 2013. Antes, la práctica del fútbol femenino se realizaba informalmente o se desarrollaba en el ámbito barrial bajo la modalidad del fútbol, que es realmente como nace esta disciplina. (Murga, 2017)

En los años 90, en Guayaquil ya se realizaban torneos escolares, intercolegiales y en el conocido Interbarrial de Diario El Universo comenzaba ya a incorporarse la división femenina desde la categoría sub 13.

La revista Enfoque, de la Universidad San Francisco de Quito (USQ), dedica la edición de octubre del 2016, a hacer una reseña histórica del fútbol femenino en Ecuador, de la cual se destaca: “En 1995, se formó la primera selección nacional de fútbol femenino bajo la dirección técnica de Gary Estupiñán. Las jugadoras fueron convocadas de los diferentes campeonatos nacionales y barriales”.

En la misma publicación, se destaca el activismo de Carla Wray, a quien se la reconoce como una de las ex jugadoras que luchó por los derechos de las futbolistas en el país y que dentro de sus causas se propuso plasmar la historia del fútbol femenino en un libro titulado: *Las mujeres futbolistas en el Ecuador*.

Desde ese año (1995) hubo muchos logros a nivel de selección que han pasado desapercibidos. La gente no llegó a conocer por falta de apoyo de la Federación, de los medios de comunicación y porque no había un manejo serio de la selección del Ecuador femenina”, lamenta Carla Wray al recordar ese momento histórico (Enfoque, 2016).

La recopilación de la USQ, que se basa en un interesante y profundo estudio histórico sobre la actividad del balompié de mujeres en el país, que fue publicado en el 2016, en el mismo se cuestiona la falta de atención por parte de dos grupos estratégicos en el desarrollo de una disciplina deportiva: la organización y gestión administrativa y los medios de comunicación:

Desde la década de los 70s, el fútbol femenino es una realidad en nuestro país, pero una realidad que no atrae atención mediática, ni siquiera con la creación del Campeonato Nacional Femenino en 2013 con la colaboración de la Comisión Nacional de Fútbol Aficionado (CONFA) y el Ministerio del Deporte (Enfoque, 2016).

En Ecuador el fútbol femenino no tiene una historia tan antigua como a nivel mundial. (Carrión, 2006) menciona que: “En el caso de Ecuador, no existen datos concretos de cuando las mujeres empezaron a incursionar en este deporte, sin duda lo han hecho siempre; no obstante, de acuerdo a diferentes entrevistas realizadas a dirigentes deportivos' de Pichincha, fue hace aproximadamente 20 años que esta práctica empezó a masificarse en el país”.

Tomando en cuenta lo antes mencionado por Carrión, se puede considerar que el fútbol femenino en Ecuador empieza a fomentar su historia aproximadamente en el año de 1986 y si retomamos el presente, se puede decir que tiene 32 años de existencia aproximadamente en cuanto al tema de masificación. Pero se concluye que las mujeres practican fútbol en el país hace 40 años.

El torneo nacional ecuatoriano de serie “A” en la rama femenina se empezó a jugar en el año 2013 con un total de 16 clubes de distintas provincias, con ayuda del Ministerio del deporte y la entidad encargada, en este caso la CONFA quien es responsable del fútbol Amateur, espacio en el que se encuentra al fútbol femenino, inició un torneo que duró aproximadamente 6 meses.

Desde ese momento el torneo se lo realiza cada año, pero con cierta irregularidad en cuanto a extensión del tiempo del torneo por diversos motivos y el mes de inicio de la actividad. Así es como lo menciona Amilcar Mantilla, presidente de la Confa (2018):

El primer y segundo año se recibió el apoyo del Ministerio del deporte, en el tercer año el apoyo económico fue mucho menor, hizo falta recursos. Cuarto y quinto año se jugó el torneo con absolutos recursos de la Federación Ecuatoriana de Fútbol y este año (2018) con ayuda de la Conmebol y FIFA.

Las jugadoras ecuatorianas realizan la actividad de manera amateur, lo que significa que las deportistas no reciben un ingreso económico que les permita vivir del fútbol. Por esta razón muchas de ellas optan por buscar oportunidades fuera del país, como es el caso de Kerly Real jugó en la liga española el primer semestre del año y Mayra Olvera en la Liga colombiana (dato actualizado a julio del 2018).

Esta situación se presenta por diferentes razones, entre ellas como lo menciona Noche en su texto.

La ausencia de reconocimiento social del deporte femenino, la escasez de recursos económicos, la falta de publicidad. Hacen que las expectativas de las mujeres que practican deporte sean bajas y consideren la actividad deportiva más bien como una afición, que como un posible campo profesional” (Noche, 2008)

A pesar de este panorama, en el 2014 se presenta una situación extraordinaria en el fútbol femenino: la selección ecuatoriana clasifica por primera vez a un mundial. Esta selección estaba dirigida por la entrenadora Vanessa Arauz.

Este proceso de clasificación se da mientras se realizaba el segundo campeonato femenino organizado por la Confa con ayuda del Ministerio del deporte. El cupo al mundial adquirido por las seleccionadas ecuatorianas se lo obtuvo luego su participación en la Copa América disputada en el país (en el 2014 se realizó esta competencia en Ecuador).

En este certamen, las ecuatorianas alcanzaron el tercer lugar que propició un repechaje que se disputó a finales del 2014 contra el representativo de Trinidad y

Tobago. Luego de un empate en Quito y una victoria obtenida en Trinidad y Tobago, se ratificó el paso al primer mundial femenino para Ecuador.

2.7 Igualdad de género en el deporte y la invisibilización de la mujer en medios

En la última década se han elaborado una infinidad de estudios que remarcan la problemática en la sociedad por la desigualdad de género y la discriminación de la mujer en los medios de comunicación.

La desigualdad de género se manifiesta en varios aspectos: violencia, sexismo, estereotipos, discriminación, no obstante, uno de los aspectos que más se aplica en la difusión de noticias sobre el deporte practicado por mujeres es la ‘invisibilización’ en los medios, pues su exposición es nula o escasa.

El Consejo de Regulación de la Información y Comunicación (Cordicom) realizó en el 2017 una investigación sobre la *Percepción de la imagen de la mujer en los medios*, en Ecuador, del cual se cita lo siguiente:

Estos estudios muestran el camino que han seguido los medios de comunicación en la reproducción de la imagen de la mujer, muchas veces invisibilizada y otras, tergiversada. Los medios de comunicación plantean contenidos permeados de estereotipos, que son parte de la propuesta informativa que se proporciona día a día. Al haber adoptado estas concepciones de lo débil, frágil, ligero, dócil, dulce, como espacios secundarios, que en el intelecto y prácticas de las personas está asociado con lo que significa ser mujer; se termina por establecer como programación de menor importancia y nivel a todo aquello que se conciba como parte del “espacio femenino” (Cordicom, 2017).

Según esta misma investigación, los medios dan más notoriedad a lo masculino que lo femenino, y eso se transmite al público: “En los escenarios principales se presentan contenidos que guardan relación con lo duro, importante, racional, inmediato; espacios relacionados con el mundo masculino, que recibe notoria importancia y formalidad por las audiencias” (Cordicom, 2017).

Los medios de comunicación juegan un papel importante en la masificación o profesionalización del deporte, pero el espacio que le dedican a la rama femenina no es el adecuado, ya que gran parte de sus programas están dedicados al género masculino.

Aún se trata a las deportistas en forma diferenciada respecto a los hombres, en especial por los medios de comunicación que se ocupa de remarcar la relación del deporte con la vida personal, familiar y profesional, destacando el poco tiempo disponible que les deja esta búsqueda de logros deportivos para que las deportistas logren ser mujer y cumplir con los papeles de madre, novia o esposa, amistades y estudio o trabajo. (Atúnez, 2001)

La invisibilización en los medios hacia el deporte femenino, en este caso más específicamente fútbol femenino, es evidente en los medios de comunicación tradicionales como radio, TV o prensa escrita, y por lo tanto también en sus respectivos portales informativos digitales.

A pesar de que se considera al fútbol como el deporte que más presencia tiene en los medios de comunicación, se deja de lado la rama femenina.

El deporte no está bien tratado en los medios de comunicación. Se centra excesivamente en el fútbol y, por ende, en los hombres. Además del fútbol, en los deportes donde hay mayor invisibilidad de la mujer son el baloncesto, automovilismo, ciclismo y tenis (García, 2018)

En España, la revista CE (Compromiso Empresarial), en una entrevista a Clara Sainz de Baranda, profesora del departamento de periodismo y comunicación de la Universidad Carlos III, indica que “hablamos de invisibilidad de la mujer en los deportes femeninos. Y cuando se informa sobre ellas en muchas ocasiones se cae en los estereotipos” (García, 2018).

Esto refuerza la falta de preocupación de los medios de comunicación sobre la rama femenina y la alta notoriedad que tiene el deporte masculino en los medios y esto lo aclara (García, 2018) en su investigación “del total de 4.590 informaciones analizadas, el 6% están protagonizadas por mujeres frente al 87% por hombres. Un 3% de las informaciones son mixtas, donde hombres y mujeres comparten protagonismo y un 4% corresponden a un colectivo”.

Estas investigaciones evidencian con mayor claridad la gran diferencia que existe entre la cantidad de publicaciones contenidas de ambas ramas, en cuanto a la difusión de las noticias referentes a fútbol.

Volviendo al campo local, en Ecuador la situación es muy similar a lo que sucede en España. Nubia Sandoval, en su trabajo de titulación sobre la cobertura periodística en eventos deportivos, busca exponer la diferencia que hay entre el número de publicaciones sobre el fútbol femenino vs. el fútbol masculino en los diarios ecuatorianos, y destaca:

Que los comunicadores en su mayoría, están de acuerdo que a pesar que se ha realizado un gran avance en cuanto a materia de igualdad de género en el deporte, aún falta un largo camino por recorrer. El fútbol aún es considerado un deporte que solo los hombres practican, por ello sí existe aún una gran diferencia al momento de realizar coberturas. (Sandoval, 2017)

Mientras que por su parte Daniel Aguilera, director de la sección de deportes de *Radio Huancavilca*, admite que la brecha entre el número de contenidos sobre fútbol masculino y fútbol femenino es muy amplia, pero justifica esta situación con los intereses del público:

La brecha no la ponemos nosotros, la brecha la pone realmente en este caso los oyentes si es una radio o en nuestros seguidores si son las redes sociales porque nosotros como medio lo que hacemos es informar, pero la respuesta de la actividad o la interacción que tiene la noticia no depende de nosotros, depende mucho del que escucha o el que lee. (Aguilera, 2018)

Belén Quinatoa, reportera de *Radio La Red*, agrega como principal impedimento para la igualdad de género en los medios de comunicación o en este caso la igualdad de la difusión de las noticias sobre fútbol femenino, al poco interés que genera este deporte al mercado ecuatoriano.

Al igual que en cualquier otra actividad, donde hay mercado existe más atención y se generan más recursos y evidentemente el fútbol femenino está en una etapa inicial donde todavía no es un negocio, donde no genera mucha atención y que a diferencia del fútbol masculino todavía no tiene un amplio mercado. (Quinatoa, 2018)

La brecha se sigue manteniendo y la desigualdad de género en los medios de comunicación y en el deporte en general continúa siendo visible o mejor dicho la igualdad de género sigue siendo 'invisible'.

2.8 El fútbol femenino como etiqueta informativa

Si se repasa la historia del fútbol femenino a nivel mundial hay que aclarar que esta inicialmente no se popularizó con esta denominación. Cuando los principales diarios británicos reportaron en 1868 los primeros juegos entre mujeres, lo identificaron con los nombres de *ladies soccer* o *soccer women*.

El término *soccer women* es traducido al español como fútbol femenino, denominación que posteriormente fue acuñada y admitida por la FIFA para designar a la actividad del balompié practicada por mujeres; y de esta manera comienza a hacer la difusión de sus campeonatos con este nombre, que a su vez es retomado por los medios de comunicación para identificar la información sobre este ámbito.

La FIFA en su cuenta oficial, entre sus opciones tiene un espacio específico para el "fútbol femenino" y es así como lo denomina, allí se encuentra toda la información relacionada con esta rama, por lo que a través de esto se refuerza el termino como etiqueta informativa. Podemos remontarnos al año de 1991 puesto que fue en esta época en China donde se realizó el primer Campeonato Mundial Femenino, organizado por la FIFA, a partir de ese momento el Máximo Organismo rector del fútbol empieza a denominar y a tener un espacio donde se reconozca la etiqueta "fútbol femenino"



Para ser más específico sobre la importancia de elevar la denominación a la categoría de una etiqueta informativa en el lenguaje web se puede nombrar el caso de diario Marca de España, quien también cuenta con una sección específica para el fútbol femenino.

En la entrevista realizada al Director de la sección de deportes de *Radio Huancavilca* Daniel Aguilera menciona que “decir fútbol femenino, es solamente dividir de una manera la categoría de fútbol en el género, nada más” (Aguilera,2018)

Para tener una idea más amplia sobre el tema, vale recalcar que se realizó una indagación el día 06 de agosto de 2018 en el buscador Google, al agregar la etiqueta “fútbol femenino” aparecen cerca de 52,600,000 resultados para esta denominación.

Por eso la importancia de resaltar el valor de las etiquetas, dentro del lenguaje web, pues su utilización permite una rápida búsqueda de información o una clasificación más organizada de la información en el caso de portales informativos. Por ejemplo, diario deportivo Marca de España, tiene una sección identificada con la

etiqueta 'fútbol femenino'. En ese espacio publica todo lo relacionado con información de esta actividad a nivel local español e internacional.

El periodista español David Menayo, de diario Marca, cuenta para la revista Compromiso Empresarial (2018) cómo este medio apostó por el fútbol femenino, hasta convertirlo en más que en una etiqueta, en una sección fija del portal web:

Una compañera de universidad jugaba por aquel entonces en la Superliga y a mí me indignaba que ningún medio se hiciera eco de la élite del fútbol femenino español. Así que cuando tuve oportunidad, en mi llegada a Marca en 2007, propuse hacer esta información. Primero fueron resultados, luego crónicas, más tarde entrevistas y reportajes y hoy en día la información es casi diaria. (Compromiso Empresarial, 2018).

En el caso de Ecuador, no hay portales informativos deportivos que utilicen la denominación 'fútbol femenino' como sección completa. No obstante, en el caso de Radio Huancavilca y Radio La Red –consideradas para este estudio- sí la utilizan como etiqueta (tag) o palabra clave para identificar las noticias relacionadas con este ámbito.

2.9 Marco legal

La “equidad de género” es un principio que está mencionado en la Ley del Deporte, Educación Física y Recreación, en su última versión reformada al 2010. En el artículo 22, del Capítulo III que se refiere a las Generalidades de las Organizaciones Deportivas, se establece: “Equidad de género. Se propenderá a la representación paritaria de mujeres y hombres en los cargos de designación antes mencionados, mediante lista cerrada preferentemente. Las organizaciones deportivas deberán contar progresivamente con deportistas o equipos tanto femeninos como masculinos”.

Al no establecer especificaciones, la Ley de Deporte deja abierta esta condición para toda práctica deportiva y cualquier ámbito, es decir, amateur, profesional, recreativo o escolar.

No obstante, en el caso del fútbol femenino, la organización de esta rama no ha logrado su clara delimitación organizativa por parte de la entidad responsable de velar por el fomento y desarrollo de la actividad. Federación Ecuatoriana de Fútbol, Organismo rector del fútbol en Ecuador (FEF).

La FEF determinaba que el fútbol femenino es una rama a cargo de la Comisión Nacional de Fútbol Aficionado (CONFA), que, en los años 2013, 2014 y los primeros 6 meses del 2015 recibió una colaboración económica por parte del Ministerio de Deportes para la organización de los torneos Nacionales de Fútbol Femenino, los meses restantes del 2015, el año 2016 y 2017 el apoyo vino por parte de la FEF. Sin embargo, a partir de la última modificación de los estatutos oficiales de la FEF, se pasó a crear una división especial para la disciplina femenina, según el artículo 51 del Título VI sobre Comisiones Permanentes, del cual se cita el siguiente apartado.

- “La Federación Ecuatoriana de Fútbol tendrá las siguientes comisiones permanentes”:
 - a) Comisión disciplinaria
 - b) Comisión Nacional de árbitros
 - c) Tribunal de Apelaciones
 - d) Comisión de Fútbol Femenino

A pesar de que la inclusión del fútbol femenino en la estructura de la FEF con una comisión exclusiva hace pensar que la modalidad tendrá una mejor organización, en la práctica se la sigue separando de la actividad profesional, pues las actividades del fútbol femenino no tienen injerencia ni participación en el Comité Ejecutivo del Fútbol Profesional, que es uno de los principales organismos de la FEF, según lo establecido en el art. 23 del Capítulo V de los estatutos de la institución.

Por lo tanto, el fútbol sigue siendo considerado y tratado como una actividad amateur pues es la CONFA la que se encarga de organizar, fomentar y controlar la rama. Aunque este panorama podrá cambiar en el 2019, pues al ser la Ecuafútbol un organismo al que la propia Ley Del Deporte le permite registrarse según los

reglamentos de la FIFA y Conmebol, esta entidad debe someterse a las disposiciones que dictan a nivel internacional estos organismos:

Art. 63 Organización de Fútbol Profesional. - El fútbol profesional se organizará a través de la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF), y se registrará de acuerdo con su estatuto legalmente aprobado y los reglamentos que ésta dictare en el marco de la normativa internacional de la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) y la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL).

En el 2018, la Confederación Sudamericana de Fútbol aprobó su reglamento de Licencia de Clubes, a través del reglamento se les exige a todos los clubes de fútbol profesional que participan en las competencias organizadas por la asociación a nivel regional tengan obligatoriamente un equipo femenino. “El solicitante deberá tener un primer equipo femenino o asociarse a un club que posea el mismo. Además, deberá tener por lo menos una categoría juvenil femenina o asociarse a un club que posea la misma” (Conmebol, 2018)

Además, el mismo reglamento de la Conmebol aclara que: “En ambos casos el solicitante deberá proveer de soporte técnico y todo el equipamiento e infraestructura (campo de juego para la disputa de partidos y de entrenamiento) necesarios para el desarrollo de ambos equipos en condiciones adecuadas.

Finalmente, se exige que ambos equipos participen en competencias nacionales y/o regionales autorizadas por la respectiva Asociación Miembro”. Con la implementación de estos nuevos reglamentos los clubes ecuatorianos, necesitan formar sus equipos femeninos si sus aspiraciones son clasificar a los torneos realizados por la Conmebol, específicamente, Copa Libertadores y Sudamericana (3 equipos directos para Libertadores y uno de repesca, 4 equipos Sudamericana). Como resultado de este cambio al menos 8 clubes deben tener equipo femenino profesional y la misma cantidad en sus filas formativas como lo exige el reglamento.

CAPÍTULO III

3.1 Metodología de investigación

El presente trabajo es un estudio exploratorio de investigación mixta, pues combina métodos cualitativos y cuantitativos para realizar el análisis e interpretación de los contenidos informativos sobre fútbol femenino que se ha publicado desde el 2013 al 2018 (primer semestre) en los portales digitales de dos radios deportivas de Ecuador: *Radio Huancavilca* y *Radio La Red*.

La primera parte del estudio se basa en el análisis de contenido propiamente dicho, que según Muñoz Giraldo citado por Bernal (2016), es considerada una técnica de recopilación, clasificación y sistematización de datos.

Para Bereison, citado por López Noguero (2002), el análisis de contenido “es una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación”.

En este sentido, López recomienda la técnica como un método de investigación para el cual plantea la configuración del objeto de estudio según el siguiente modelo:

Unidades de enumeración: existencia o no de tema al que se hace referencia.

Unidad de registro: frases y/o párrafos

Unidad de contexto: tópicos a los que se refieren los contenidos.

De esta forma, los contenidos identificados con la etiqueta de ‘fútbol femenino’ publicados en los portales digitales de las dos radios escogidas como muestra fueron clasificados según esta plantilla.

Unidades de enumeración: Cantidad de publicaciones (noticias) que aparecieron con la etiqueta de ‘fútbol femenino’ en los portales informativos de Internet durante el periodo 2013-2018 (primer semestre).

Unidades de registro: cantidad títulos y párrafos de las publicaciones que hacen referencia directa a fútbol femenino.

Unidades de contexto: tópicos o subcategorías específicas a las que se refieren los contenidos de fútbol femenino, ejemplo: actividad nacional, actividad internacional y selección nacional y jugadoras en el exterior.

Hay que aclarar que se escogió como muestra los contenidos difundidos por los portales informativos de dos radios nacionales: *Huancavilca* y *La Red*, por tratarse de radios que emiten contenidos deportivos y porque tienen un archivo de publicaciones en línea que data desde el 2013, año en el que comenzó a disputarse el primer torneo de fútbol femenino de la primera categoría.

Además, Radio *Huancavilca* y *La Red* fueron mencionadas en un sondeo previo entre jugadoras de fútbol femenino como las radiodifusoras que al menos una vez o más han informado sobre fútbol femenino en Ecuador (encuestas).

Radio Huancavilca, con matriz en Guayaquil, y *Radio La Red*, con su centro de producción radiofónica en Quito, son dos estaciones de radiodifusión que figuran en el Registro Público de Medios del Ecuador, publicado en el 2017 por la Cordicom (Consejo de Regulación de Información y Comunicación), inscritos con sus respectivos portales digitales oficiales: www.radiohuancavilca.com y www.radiolared.com.

Si bien existen otras radios consideradas como deportivas y que difunden contenidos de fútbol femenino, lo hacen de manera esporádica o su archivo digital en la web es muy reciente o no tienen. Por ejemplo, las radios de Grupo Caravana, con un predominio en contenidos informativos deportivos, no tienen una web informativa sino solo un portal *streaming*, en el que se transmite la frecuencia radial en onda sonora, lo que vuelve compleja la medición y análisis de contenidos, ya que las emisiones audios no se archivan en el portal digital, pues cuestiones de capacidad de las plataformas.

El modelo empleado es útil para el estudio de este caso, pues el análisis de contenidos:

Solo puede entenderse de una forma completa si lo situamos en el contexto de un diseño de investigación, ya que implica la verificación de hipótesis, hacer inferencias sobre las características del texto, las causas y antecedentes del mensaje y los efectos de la comunicación (Pérez Serrano, citado por López, 2002).

Ante esta afirmación es posible plantear el siguiente esquema de la comunicación, que además permite integrar todo proceso investigativo al momento de aplicar otras técnicas sobre los demás elementos de la comunicación mediática. El siguiente esquema permite visualizar el proceso de investigación tomando la guía referida por Serrano:

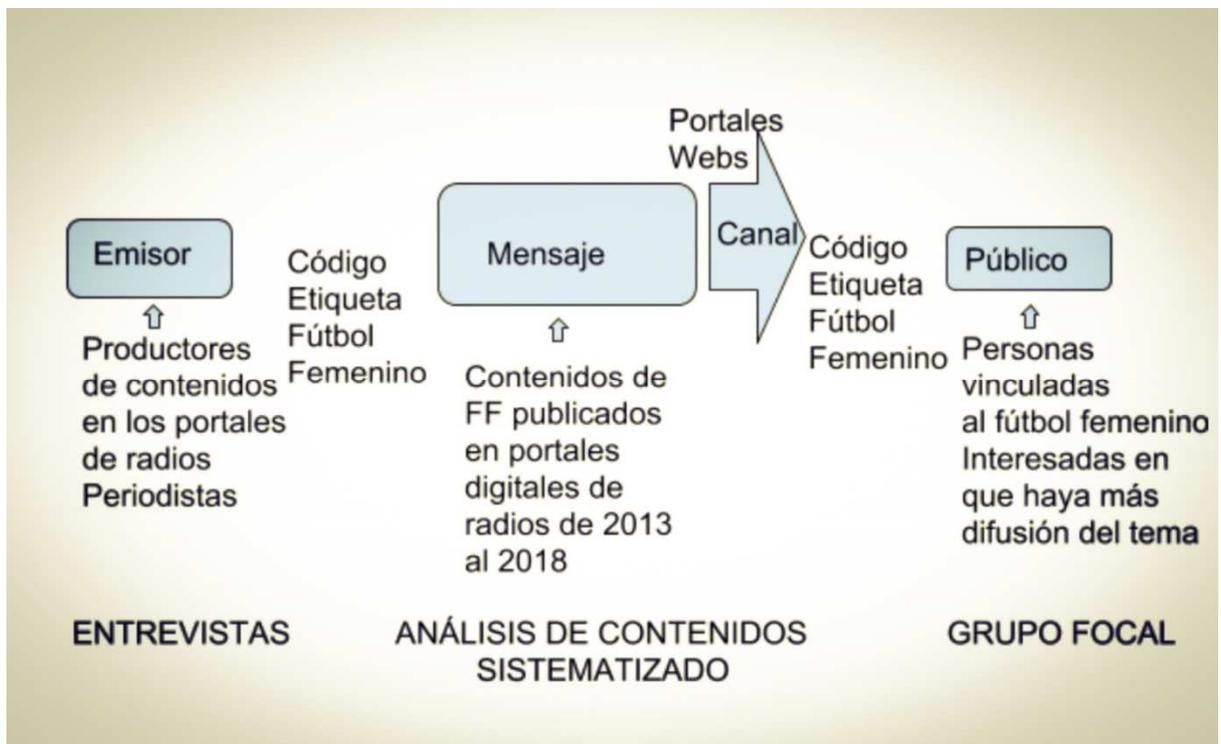


Figura 11

Luego de realizar el análisis de contenidos de las noticias sobre fútbol femenino surgieron una serie de conjeturas e impresiones que permitieron diseñar la segunda fase del proceso de investigación cualitativa, en la que se utilizó la técnica de entrevistas a especialistas en la producción de los contenidos informativos de fútbol femenino en las mencionadas radios: Daniel Aguilera, coordinador de deportes de *Radio Huancavilca*; Belén Quinatoa, de *Radio La Red*; y Jennifer Vicuña, periodista profesional y asistente de comunicación de la Federación

Ecuatoriana de Fútbol, quien elabora los boletines informativos del campeonato nacional de fútbol femenino y de las selecciones nacionales de mujeres.

Las apreciaciones obtenidas a partir del análisis de contenidos fueron contrastadas con las opiniones de los especialistas a través de cuestionarios estructurados de preguntas abiertas. (Anexo entrevistas)

Finalmente, en la última etapa de la investigación cualitativa se conformó un grupo focal con personas (público) interesadas en que haya más y mejor difusión de contenidos sobre fútbol femenino en los medios de comunicación de Ecuador. Esta técnica sirvió para recopilar opiniones sobre la difusión de los contenidos y las formas en las que los medios presentan a la audiencia esa información.

La conformación de los grupos implica que éstos son focalizados, vale decir son creados por el equipo de investigación con un propósito bien definido y a pesar de que los grupos sean primariamente exploratorios, ellos están de todas maneras focalizados en los intereses del equipo de investigación, el cuál determina no sólo cuáles son las interrogantes para ser analizadas sino también quienes conformarán los grupos. (Mella, 2000)

Con esta recomendación, se conformó un grupo focal integrado por dos jugadoras, una entrenadora y un dirigente de fútbol femenino, quienes además de estar vinculados a la práctica tienen como denominador común ser parte de un público ávido de saber, acceder y buscar contenidos informativos sobre la actividad.

La herramienta utilizada fue un cuestionario estructurado con preguntas relacionadas con su acceso a la información y su percepción sobre la difusión en los medios de contenidos relacionados a la actividad.

Para tener mucho más clara la metodología de investigación de este estudio, se presenta el siguiente cuadro esquemático:

Método de Investigación	Unidades de estudio	Muestra	Técnica de investigación	Herramientas
Cuantitativo	Contenidos informativos de fútbol femenino	Contenidos informativos publicados con la etiqueta de 'fútbol femenino' publicados del 2013 al 2018 en los portales web de <i>Radio Huancavilca</i> y <i>Radio La Red</i>	Análisis de contenidos	Fichas para clasificar unidades de enumeración, de registro y de contexto.
Cualitativo	Especialistas en la producción de contenidos informativos de fútbol femenino en medios de Ecuador	-Daniel Aguilera -Belén Quinatoa -Luis Zapata -Jennifer Vicuña	Entrevistas	Cuestionario estructurado de preguntas abiertas
Cualitativo	Personas interesadas en acceder a la información sobre fútbol femenino en Ecuador	Jugadoras Serie A, entrenadora Vanessa Arauz y el dirigente de la FEF Amilcar Mantilla	Grupo focal	Cuestionario estructurado

Tabla 1

CAPÍTULO IV

4.1 Análisis de resultados

Para realizar el análisis de los contenidos publicados por las radios *Huancavilca* y *Radio La Red*, durante el periodo del 2013 al 2018, se sistematizó el registro de noticias publicadas con la etiqueta 'fútbol femenino' considerando las siguientes categorías:

- Total de noticias publicadas con la etiqueta de fútbol femenino
- Notas con títulos que incluyen etiqueta fútbol femenino vs. los que no incluyen
- Noticias de fútbol nacional (torneos locales y jugadoras nacionales)
- Noticias de fútbol internacional
- Noticias sobre selección nacional
- Noticias con 100% de contenido relacionado con fútbol femenino
- Número de párrafos dedicados solo a fútbol femenino
- Noticias con imágenes
- Noticias con contenido multimedia

Hay que aclarar que las categorías 'noticias con 100% de contenido relacionado con fútbol femenino' y 'número de párrafo dedicados a solo fútbol femenino' están directamente relacionadas y surgieron durante el proceso del análisis en el momento que se identificaron noticias que a pesar de estar tituladas con la etiqueta de fútbol femenino en el cuerpo de texto solo hacían referencia a un fragmento a fútbol femenino y el resto de información correspondía a fútbol masculino u otra actividad.

A continuación, se presenta el desglose de cada categoría para *Radio Huancavilca* y *Radio La Red* en dos apartados, posteriormente estos datos se contrastan con las entrevistas a tres periodistas deportivos de radio.

4.1.1 Análisis de resultados de radio Huancavilca

El análisis de los contenidos publicados en *Radio Huancavilca* comprende el periodo de 2013 al 2018 (primer semestre) en la que se recopiló un total de 180 noticias con la etiqueta de 'fútbol femenino'. En el primer año, los resultados arrojan un total de 3 notas con la etiqueta.

Para el año 2014 la cantidad aumentó a 50 noticias, momento en el que arranca la Copa América que le da paso a la selección femenina para su primera clasificación a un mundial. En el 2015 baja a un total de 41 notas, en este periodo la selección femenina disputó el torneo mundial y panamericanos, ambos en Canadá.

Para el siguiente año, 2016, se mantiene la cantidad de 41 noticias. Ya en el 2017 vuelve a caer a un total de 31 notas y para este año 2018 hasta el mes de junio aparece un total de 14 noticias difundidas por la radio en su página web.



Figura 12

Los títulos en los que se hace referencia al fútbol femenino también forman parte importante de este análisis y en este caso se los dividió por año de recopilación de datos. De 180 noticias detectadas se encontró un total de 36 notas en las que el título no tienen relación directa con el tema fútbol femenino 3 en el año 2013 4 en el 2014 8 en el 2015 9 en el 2016 y en el 2017 se encontró el número

más alto que es 10 ya para el 2018 baja a 2 notas, pero vale resaltar que en este periodo se analizó hasta el mes de junio.



Figura 13

Con la misma base de 180 noticias analizadas, existe un aproximado de 36 publicaciones que hablan de noticias nacionales relacionadas con el fútbol femenino, mientras que 109 hablan sobre fútbol femenino internacional, lo que marca el predominio o interés sobre la información internacional en comparación con lo que se genera a nivel nacional. Para esto el periodista deportivo Daniel Aguilera, director de deportes de la radio, explica el porqué de esta brecha: “es porque hay más competencia a nivel internacional, que no la tenemos nosotros”.

En este punto también se remarca la información que se difunde sobre la selección femenina, llegando a una cantidad total de 35 noticias sobre este tópico.

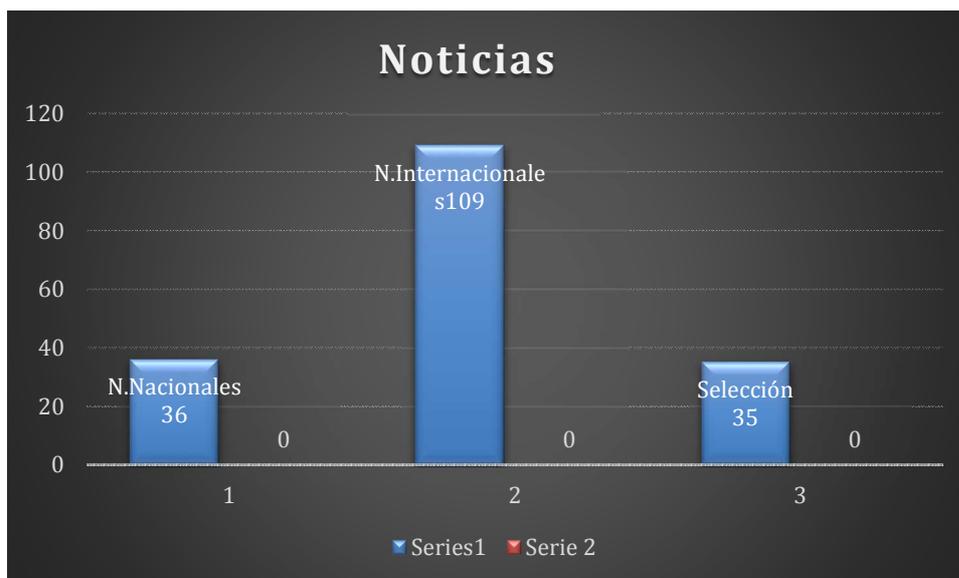


Figura 14

Tomando como referencia la configuración de las noticias que son dedicadas al fútbol femenino en su totalidad, esto incluye, títulos, desarrollo de la información (párrafos), si la noticia cuenta con imágenes relacionadas con el fútbol femenino. Se resalta que de estas 180 noticias hay 76 notas que manejan contenidos netamente para el fútbol femenino, mientras que las 104 notas restantes incluyen otro tipo de información en el cuerpo de texto.

Con este resultado se puede identificar que la búsqueda realizada con la etiqueta 'fútbol femenino' en la página web de la *Radio Huancavilca* no garantiza resultados 100% sobre el tema de búsqueda, las opciones que arroja son variadas, algunas noticias no tienen ningún tipo de relación con el tema, otras son combinadas con el fútbol masculino u otros deportes y otras simplemente son noticias de otros aspectos que no tiene ningún tipo de relación con el deporte.

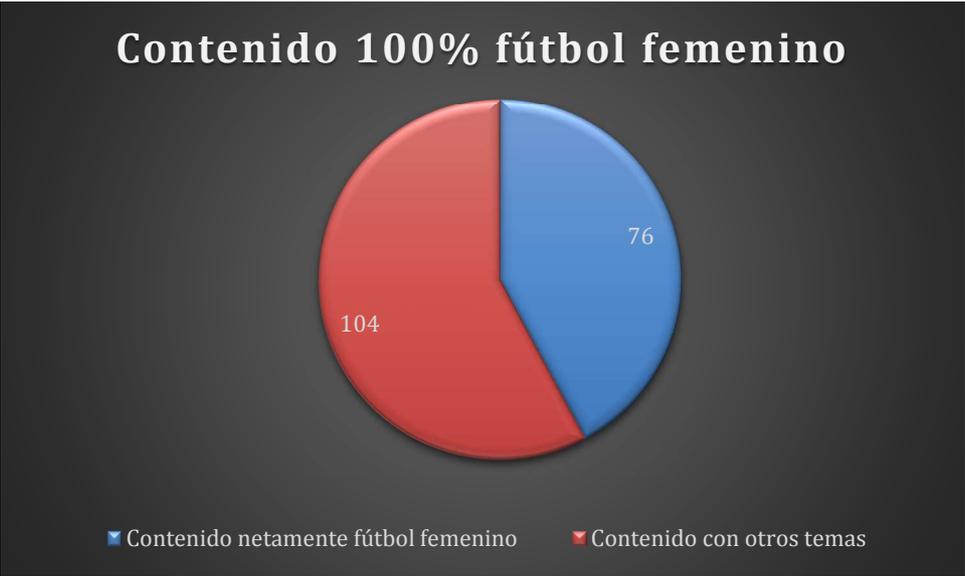


Figura 15

Para tener un resultado mucho más claro sobre la cantidad de noticias que la radio genera en cuanto al fútbol femenino y en cuanto a su desarrolla dentro de ella, se realizó un análisis párrafo a párrafo del contenido. Por esta razón se pudo detectar que en las 180 noticias se redactó un total de 1.348 párrafos, de los cuales 627 hablan sobre fútbol femenino, y por otro lado encontramos 729 que muestran información de otro tipo, aquí se puedo argumentar con el análisis de la **figura 15** que refleja de las 180 notas un total de 104 no contienen información 100% sobre fútbol femenino y la cantidad de párrafos concuerda con los resultados

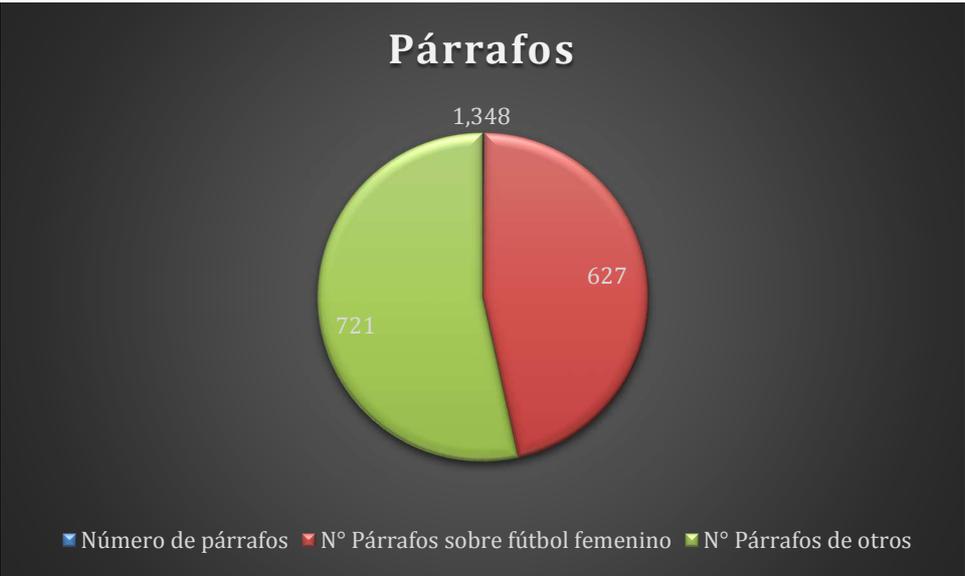


Figura 16

Entre las opciones también se encuentran el número de imágenes que aparecen en las noticias, cabe resaltar que todas las noticias cuentan con imágenes. El resultado que arrojó la observación fue un total de 90 noticias que contienen imágenes relacionadas con el fútbol femenino, mientras que por su parte la misma cantidad de notas no contienen imágenes relacionadas con este deporte.

Una vez más se puede identificar que la búsqueda de información con la etiqueta “fútbol femenino” en *Radio Huancavilca* no arroja las notas sobre el tema que se está solicitando, ya sea porque no se identifica así al objeto de búsqueda o porque no hay suficiente información.

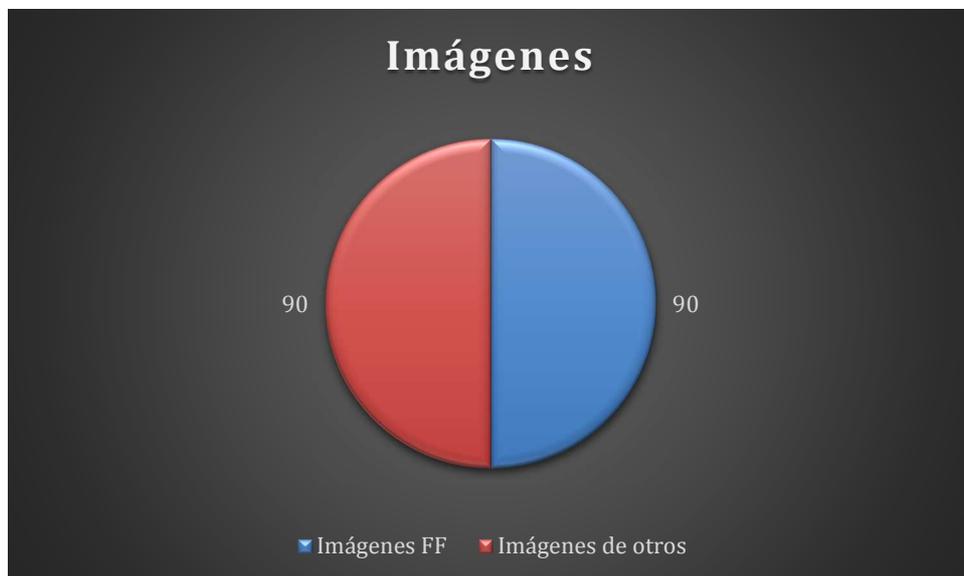


Figura 17

Las fuentes de información nacional e internacional, también forman parte de este análisis, de las 180 noticias aparecen 71 que pertenecen a fuentes de información nacional, mientras que por su parte las fuentes de información internacional cuentan con un total de 109, esto corrobora el análisis realizado sobre noticias nacionales, internacionales y selección donde aparecen 109 notas sobre fútbol femenino internacional, remarcando el dominio sobre las notas locales.

La radio cuenta con mayor información sobre noticias internacionales de fútbol femenino argumentando que se difunde más que en el país. Por lo que este

resultado concuerda con el abultado número de noticias internacionales que maneja la radio se lo puede corroborar en la **figura 14**.

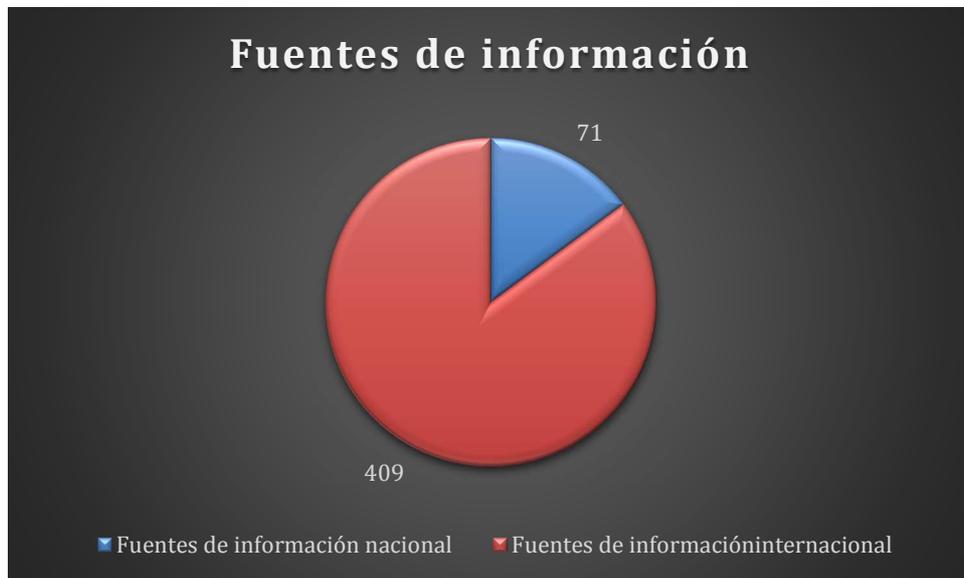


Figura 18

En los contenidos multimedia de las 180 noticias un total de 7 contienen audios mientras que 6 muestran videos informativos.

Esto refleja que los resultados que ya se han analizado con anterioridad coinciden, porque para obtener audios, lo que principalmente se hace es acudir a la fuente y las noticias que se generan en la *Radio Huancavilca* sobre fútbol femenino, mayoritariamente son internacionales.



Figura 19

4.1.2 Análisis de resultados de Radio La red

Radio La Red es el siguiente medio en el que se analizó su contenido nota a nota a partir en la página web, esto se realizó a partir del año 2013 hasta el primer semestre del 2018.

Es importante mencionar que los datos de del 2013 y 2014 no aparecen en la página web oficial de la radio, puesto que para el 2015 hubo una renovación y los datos anteriores se perdieron. Para esto se solicitó al medio un aproximado de notas realizadas en esos años y ese es el resultado que aparece en los gráficos. A continuación, se muestra el análisis de los resultados obtenidos de esta búsqueda.

En la página web de la radio se realizó la búsqueda de las noticias que arrojaba la etiqueta “fútbol femenino”, ya que es así como se separa a esta rama del fútbol. Como se puede observar en la figura de total de 663 notas encontradas en el proceso del trabajo en el año 2013 arroja 60 noticias para este periodo ya había empezado el primer torneo nacional de fútbol femenino, organizado por el Confa con ayuda del Ministerio del Deporte, como lo corrobora Amilcar Mantilla, presidente de esta entidad.

En el siguiente año aparece un total de 80 noticias es aquí donde se presenta la clasificación de la selección de Ecuador al su primer Mundial, en el 2015 se mantiene el número en 80 notas publicadas por la radio, aumenta la cantidad a 128 en el 2016 continúa con este ascenso en el 2017 con un total de 197 notas y vale recalcar que a pesar de que el año 2018 aún está corriendo y la búsqueda se la realizó hasta el mes de junio la cantidad de notas se mantiene bastante alta con un total de 118 notas.

La cantidad de noticias varía de acuerdo al año por lo que se consultó a la periodista Belén Quinatoa el porqué de esta situación y esta fue su respuesta “Se genera mayor información ya sea de fútbol femenino o de otro deporte, cuando se está desarrollando algún evento, puede ser Mundial, Copa Sudamericana, ya sea

por la misma información que generan los equipos o medios de comunicación internacionales”.



Figura 20

Del total de 663 noticias encontradas en la página web de radio La Red aparece que 590 títulos tienen relación directa con el fútbol femenino, mientras que por su parte 73 notas no están relacionadas de manera directa con esta rama del fútbol.



Figura 21

Del total de 663 noticias se dividió la sección en nacional internacional y selección en la primera encontramos un total de 393 notas para el segundo aspecto que es noticias internacionales se encontró un total de 224 y para selección 46 notas.

Este análisis deja clara la importancia que el medio le da al tratamiento de las noticias locales, así lo ratifica Belén Quinatoa periodista del medio “va a depender mucho de la coyuntura, pero sobre todo se considera mejor informar sobre temas en el ámbito local es decir fútbol nacional y selección”.



Figura 22

Para obtener el resultado de este tópico se tomó en cuenta todos los aspectos utilizados en este análisis, si uno de los aspectos no tenía relación con el fútbol femenino pasaba a formar parte de otros contenidos.

En este tópico aparece un total de 479 noticias que contienen información como título, párrafos, imágenes que tienen relación directa con el fútbol femenino, mientras que 184 en uno de estos aspectos sale del tema principal. Con este resultado se observa que a través de la búsqueda en la página web de la radio con la etiqueta “fútbol femenino” el contenido que arroja en su mayoría tienen relación con la búsqueda efectuada.



Figura 23

De un total de 633 noticias se pudo enumerar 2868 párrafos y de estos 2349 pertenecen a párrafos destinados o que hablan de fútbol femenino, mientras que por su parte aparece una cantidad menor que es 519 párrafos que hablan de otros temas. Una vez más se refleja que los resultados corresponden mayoritariamente a la búsqueda inicial que es fútbol femenino.



Figura 24

En este tópico vale resaltar que todas las noticias cuentan con imágenes, de las 663 notas un total de 89 no pertenecen al tema fútbol femenino, mientras que por su parte 574 son sobre fútbol femenino. Este aspecto marca una gran diferencia

entre ambas cantidades, una vez más el resultado para el tema de búsqueda es mayoritario.

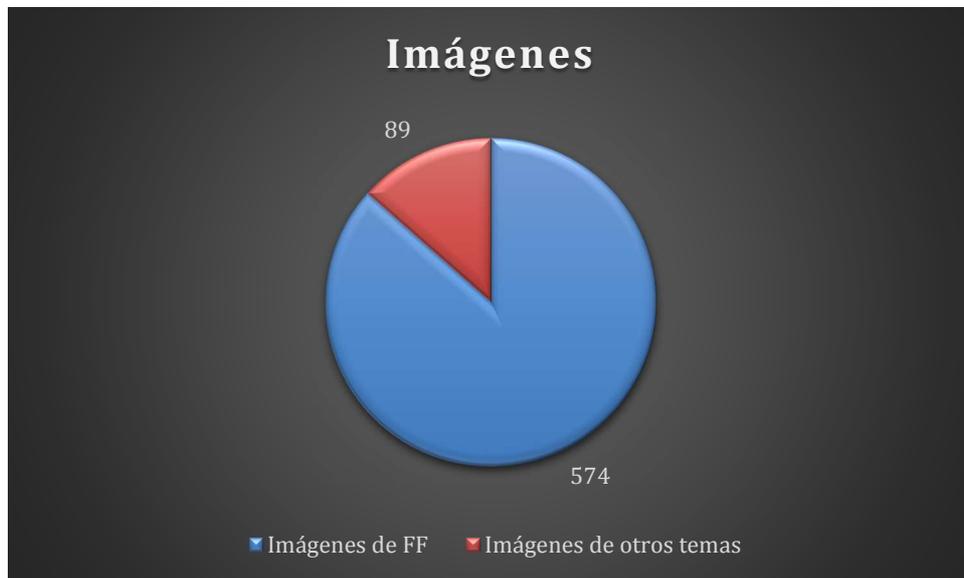


Figura 25

De dónde obtienen la información las radios para realizar las notas es un aspecto que se tomó en cuenta y el resultado que arrojó la búsqueda es que del total de 663 noticias 439 son fuentes de información locales, mientras que por su parte 224 fueron obtenidas de fuentes internacionales, esto ratifica que la mayor cantidad de notas se las obtiene a través de fuentes locales, así lo explica Belén Quinatoa (2018), en la entrevista realizada para este estudio:

La información en el ámbito local, la generamos nosotros mismos cubriendo los partidos o mediante entrevistas ya sea en la radio o vía telefónica a las protagonistas, además el Confa, organismo encargado del fútbol femenino del país nos envía los resultados del torneo. Mientras que, del fútbol femenino internacional, nos guiamos de las cuentas oficiales de jugadoras, los equipos o federaciones y de páginas web que también publican sobre fútbol femenino.



Figura 26

En la búsqueda que se realizó sobre la información que difunden los medios radiales, también se tomó en cuenta la cantidad de los recursos multimedia que el medio utilizó para reforzar la noticia, en este caso del total de 663 noticias, aparecen 182 audios para apoyo de la información y por su parte un total de 30 videos, una cantidad que refleja un promedio importante sobre el uso de los recursos multimedia por parte de la radio para reforzar la información.



Figura 27

4.2 ¿Qué opinan las fuentes de información del fútbol femenino?

Ya antes se había identificado a la FEF y específicamente la Confa como fuentes de información de las noticias de fútbol femenino al ser organizadores del torneo nacional, más allá de los propios clubes que manejan información muy informal en sus redes sociales, ante esto Jenifer Vicuña, asistente del departamento de comunicación de la FEF, explica el procedimiento que sigue la institución para proveer de información a los medios de comunicación.

“Nosotros como FEF, trabajamos de la mano con el Confa (Comisión Nacional de Fútbol Aficionado), que se encarga del tema de los torneos de los equipos femeninos. La Confa nos envía resultados, calendario, tabla de posiciones ya sea del campeonato femenino Serie A, torneo Clausura y de la Serie B, que son los que se están jugando actualmente”, detalla Vicuña, en una de las consultas realizadas para este estudio.

Esta información es publicada en el portal oficial de la FEF o a través de sus redes sociales y además es enviada a los medios mediante correo electrónico o en los grupos de Whatsapp, agrega Vicuña, quien posteriormente realiza un monitoreo de las publicaciones que hacen los medios sobre estas noticias.

“Estas noticias por ahora son semanales porque las fechas se juegan los fines de semana y publicamos una vez se hayan disputado los partidos. En cuanto a Selección Ecuatoriana, depende de los microciclos que se dispongan y de la preparación para torneos oficiales”, indica la colaboradora.

Amilcar Mantilla, director de la Confa, también habla de las limitaciones de esta comisión para generar información oportuna para los medios, y admite que no se ha hecho gestión por establecer acuerdos de difusión con los medios. “Ese ha sido un poco el talón de Aquiles, sin embargo, nosotros hemos tenido un colaborador el cual emite toda la información semanal a todos los medios, es decir luego que se dan los resultados, tabla de posiciones, sale en redes sociales y obviamente dan lectura muchos medios”.

Pero no todos los medios replican, advierte Mantilla, y menciona apenas a el diario El Telégrafo, Radio La Red, diario Extra, diario El Comercio, como aquellos que informan con más frecuencia que los otros.

Pero además de la baja frecuencia con la que se informa sobre el fútbol femenino en los medios en general, Mantilla señala otra problemática en el tratamiento de información de parte de los periodistas deportivos:

En ocasiones hacen entrevistas sobre fútbol femenino y no tienen ni idea de lo que están hablando. los periodistas en ocasiones ni siquiera saben identificar cual es el nombre del campeonato, ni siquiera saben cómo se juega, ni la dinámica, ni en qué provincia se juega o en qué categoría. Lo que significa que en varios medios de comunicación también existe mucha improvisación, no se preparan para hacer una entrevista. (Mantilla, 2018)

Vanessa Arauz, ex entrenadora de la selección ecuatoriana de fútbol, y con quien Ecuador clasificó a su primer Mundial de categoría absoluta en 2015, ha sido víctima del desconocimiento de algunas comunicaciones. “Al inicio confundían mi apellido de Arauz con Araujo, lo que más me sucedió es ver como confundían el nombre de las jugadoras”, dice la DT, también consultada en el Grupo Focal.

Pero al igual que Mantilla, Arauz reconoce que en los últimos cinco años ha habido más exposición del fútbol femenino en los medios, lo que atribuyen a la organización de torneos como el campeonato nacional, la Copa América, los microciclos de la selección. Pero en ambos queda la sensación de que aún falta mucho por hacer para que los medios se interesen más, y consideran que no solo depende de las empresas de comunicación sino de todos los involucrados en la actividad:

Depende del torneo femenino amateur y su organización, el que ellos viertan la información a los medios de comunicación, también depende de los equipos como manejan sus redes sociales, y transmiten información, de estos y muchos más factores depende el generar interés de la prensa. (Arauz, 2018)

Finalmente, la jugadora Sofía Sánchez, otra de las consultadas en el grupo focal, considera que una vez que el fútbol femenino se profesionalice, conseguirá más exposición en los medios. “Siempre va a depender de cuánto venda el fútbol femenino es decir el aporte que tenga la empresa privada y eso desencadena en la influencia de medios de comunicación”.

CONCLUSIONES

El trabajo de investigación permitió realizar un análisis sobre la difusión que realizaron dos medios radiales en sus páginas webs sobre el fútbol femenino en los años 2013 hasta mediados del 2018. Luego del proceso de investigación y el análisis de resultados se logró obtener las siguientes conclusiones.

Los medios radiales especializados en deportes le brindan mayor espacio al fútbol, pero entre ellos el masculino predomina sobre el femenino que tiene un espacio mínimo en estos medios de comunicación.

Vale recalcar que con el paso de los años como se puede notar en el análisis, la apertura a esta rama ha aumentado año a año, pero se mantiene en un promedio de publicaciones bajo y esto no permite que la información sea constante para de alguna manera acostumbrar al público para que tome esto como algo cotidiano.

Se evidenció el poco conocimiento de los periodistas de la actividad de la rama femenina. Incluso algunas jugadoras mencionan que en ocasiones confunden sus nombres. Luis Zapata periodista de Radio CRE admitió que: “Hay compañeros que me preguntan constantemente sobre las jugadoras que asisten al programa porque no tienen suficiente información”.

Esto es un problema que se presenta de manera constante en el medio del fútbol femenino y se puede observar en los partidos disputados en el torneo, que generalmente no se observan a los reporteros en los estadios, según las versiones de algunas jugadoras.

Por parte de los medios se indicó que la falta de continuidad de los torneos no permite seguir la información y por ende realizar un seguimiento. En este caso los organismos encargados del fútbol femenino que es considerado amateur, por ende, el organismo que lo regula es el (Confa) quien, en este caso, debe implementar un trabajo que permita a los medios de comunicación tener una

herramienta para informarse sobre el trascurso del torneo, para que con ese contenido puedan informar al público.

Por otro lado, el torneo femenino no presenta la mejor organización en cuanto a calendarios, fechas, publicaciones de actividades, resultados, próximos partidos, esto que sería información básica para los interesados de esta rama y los medios de comunicación. Esto genera una interrupción en los canales de información entre fuentes y medios, los que al final consideran que al no tener los datos a la mano no se puede hacer la difusión.

Las radios especializadas en deportes se enfocan mayoritariamente en el fútbol profesional, dejando de lado otras actividades como el atletismo, tenis, basket. A pesar de que la consigna que manejan estos medios implica un espacio para todos los deportes, la balanza se inclina sobre el fútbol.

En este sentido, dentro del tema de identidad de género, se puede concluir que uno de los aspectos que aplica es la de invisibilización de la mujer (jugadoras de fútbol) en los medios, pues esta actividad no tiene el mismo espacio que se le da al fútbol masculino. También se podría decir que hay discriminación al considerar que el fútbol masculino tiene más importancia en la agenda de medios que el fútbol femenino. No obstante, hay que reiterar que no se discrimina al fútbol femenino porque es practicado por mujeres, sino porque no es un deporte profesional, pues también se discrimina en los espacios informativos a otros deportes (tenis, básquet, voleibol, remo, ciclismo, etc) sean practicados por hombres o mujeres.

El fútbol femenino en Ecuador al igual que otras disciplinas deportivas sigue sin ser comercial, por esta razón los medios de comunicación optan por brindar información sobre el balompié masculino profesional. Esto se da porque no existe una exposición del fútbol femenino, al menos no la adecuada, los medios no se esfuerzan o no se arriesgan para darle un espacio en sus plataformas, y toman como justificación que no vende o que a la sociedad no le interesa mucho el tema.

Por otro lado, las empresas no lo ven como una inversión que pueda generar un ingreso económico, por ende, se afirma que, al no tener exposición en prensa,

radio, televisión o portales web, no les conviene, la intención auspiciar, y por lo tanto otro de los pilares involucrados en este sistema, que es el patrocinio, debilita aún más el proceso de difusión.

Los medios de comunicación forman parte fundamental de este proceso, porque 'lo que no se ve, no se vende' y si el fútbol femenino fuera más expuesto ante el público, el resultado sería mayor interés de la afición por el deporte, que es el imán que atrae a las empresas privadas.

Es así como se concluye que en esta problemática no hay un solo responsable, o no solo los medios de comunicación son culpables de la poca difusión del fútbol femenino. Tanto clubes, las organizaciones encargadas del fútbol femenino de Ecuador y las empresas públicas o privadas deben involucrarse en el tema para que se genere un resultado positivo y para que Ecuador sea un país seguidor y amante del fútbol, pero no solo en la rama masculina, sino también en la rama femenina, pues hay actividad y talentos que están dispuestas a mantenerse en acción para generar información permanentemente.

REFERENCIAS Y FUENTES CONSULTADAS

Antúnez, M. (2001). Reflexiones acerca de lo que la mujer representa para el deporte. *efdeportes*. Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd42/mujer.htm>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Tercera edición. Pearson Educación: Colombia. Recuperado en: <file:///C:/Users/asus/Downloads/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%2003edici%C3%B3n%20Bernal.pdf>

Carrión, F. (2006). Fútbol y sociedad . En F. C. Isabel Carrera, *El jugador número 12* (pág. 261). Quito. Disponible en: <file:///C:/Users/asus/Downloads/LFLACSO-v5-Carrion-ED-PUBCOM.pdf>

Cordicom. (2017). Resultado de programación y contenidos. *Consejo de Regulación y desarrollo de la información y comunicación*. Disponible en: http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/rpm_2017/resultados_programacion_contenidos.html

Cordicom. (2017). *Registro Público de Medios del Ecuador: Distribución de medios por provincia*. Disponible en: http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/rpm_2017/distribucion_medios_nacional.html

Cordicom. (2017). *Registro Público de Medios del Ecuador: Resultados de programación y contenidos*. Disponible en: http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/rpm_2017/resultados_programacion_contenidos.html

Cordicom. (2017). *Registro Público de Medios del Ecuador: Resultados de medios-Información general*. Disponible en: http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/rpm_2017/resultados_info_general.html

Cordicom. (2017). *Percepción de la Imagen de la mujer en los medios*. Disponible en: http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/03/percepcion_imagen_mujer_medios_ecuador.pdf

Damas, S. H. (2003). Rasgos diferenciales de la radio como medio de participación. *Revista de comunicación*. Recuperado en: <http://rcom.medianewsonline.com/pdf/2003/Art025-40.pdf>

FIFA. (2014). *Los orígenes del fútbol femenino*. Disponible en: <https://es.fifa.com/news/y=2015/m=3/news=los-origenes-del-futbol-femenino-2569648.html>

FIFA.com. (23 de 03 de 2015). Los orígenes del fútbol femenino. *Los orígenes del fútbol femenino*, Disponible en: <https://es.fifa.com/news/y=2015/m=3/news=los-origenes-del-futbol-femenino-2569648.html>

García, H. (2018, 21 de mayo). *Los medios de comunicación invisibilizan el deporte femenino*. Revista Compromiso Empresarial. Recuperado en: <https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2018/05/los-medios-de-comunicacion-invisibilizan-el-deporte-femenino/>

Godoy, A. C. (2005). La radio deportiva al inicio del siglo XXI. *Comunicación y deporte*. Recuperado en: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/43780/La%20radio%20deportiva%20al%20inicio%20del%20siglo%20XXI.pdf?sequence=1>

James, F. (2012). The Lady Footballers and The British Press, 1895. *Critical Survey*, Volumen 24 (1), 88-101. Recuperado en: https://www.jstor.org/stable/41556450?seq=1#page_scan_tab_contents

Journey, C. (12 de 09 de 2014). El fútbol femenino llegó para quedarse: qué ha pasado en estos últimos 10 años. Disponible en:

<https://www.cocacolaespana.es/historias/futbol-femenino>

Kessel, A. (2017, 28 de marzo). Revealed: Britain's first black female footballer after case of mistaken identity. *The Guardian*. Recuperado

en: <https://www.theguardian.com/football/2017/mar/28/britains-first-black-female-footballer-emma-clarke-1890s-play>

Kessel, A. (2018, 18 de febrero). Women's football takes centre stage in museum exhibition. *The Guardian*. recuperado

en: <https://www.theguardian.com/football/2018/feb/18/womens-football-takes-centre-stage-museum-exhibition>

López, J. R. (2012). 100 claves para la radio en línea . *Manuales didácticos*.

Recuperado en:

<http://www.aglutinaeditores.com/media/resources/public/4d/4df9/4df9b3fc6c2d46a38532d21e2adc17a1.pdf>

López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista Educación* 4 (2002): 167-179. Disponible en:

<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequence>
en

Mella, O. (2000). *Grupos Focales (focus group): Técnica de investigación cualitativa (formato digital)*. Recuperado en: [http://files.palenque-de-egoya.webnode.es/200000285-](http://files.palenque-de-egoya.webnode.es/200000285-01b8502a79/Grupos%20Focales%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf)

[01b8502a79/Grupos%20Focales%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf](http://files.palenque-de-egoya.webnode.es/200000285-01b8502a79/Grupos%20Focales%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf)

[01b8502a79/Grupos%20Focales%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf](http://files.palenque-de-egoya.webnode.es/200000285-01b8502a79/Grupos%20Focales%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf)

Mohorte, A. (2014, 12 de septiembre). El fútbol femenino llegó para quedarse: qué ha pasado en estos últimos 10 años. *Coca Cola Journey*. Recuperado

en: <https://www.cocacolaespana.es/historias/futbol-femenino>

Murga, M. (2017, agosto). La dura realidad del fútbol femenino. *Revista Ventanales*, VI (10), Sala de Prensa 12-13.

Noche, B. G. (2008). LA INVESTIGACIÓN BIOGRÁFICO-NARRATIVA. *Revista de investigación educativa*. Recuperado en:
file:///C:/Users/asus/Downloads/94151-381031-1-PB%20(3).pdf

Revista de USFQ, Enfoque. (2016, octubre). *Fútbol femenino, media cancha por recorrer*. Disponible en: https://www.usfq.edu.ec/publicaciones/enfoque/Documents/2016/enfoque_2016_10.pdf

Rivera, J., Ballesteros, T. (2010). *100 claves para la radio en línea: Luces para un nuevo escenario radiofónico*. Primera edición. Editorial Quipus: Quito, Ecuador. Recuperado en: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55416.pdf>

Rodero, E. (2005). *Producción radiofónica*. Madrid, España: Ediciones Cátedra. https://www.catedra.com/libro.php?codigo_comercial=191085

Sandoval, N. (2017). Estudio de la cobertura periodística en eventos deportivos. Recuperado en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8974/1/T-UCSG-PRE-FIL-CCS-168.pdf>

Spartacus Educational. (2015, marzo). *History of Women's Football*. Disponible en: <http://spartacus-educational.com/Fwomen.htm>

Williams, J. (2015, 9 de junio). Women's soccer evolution a product of pre-World-Cup-era resolve. *Sports Illustrated*. Recuperado en: <https://www.si.com/planet-futbol/2015/06/09/womens-soccer-world-cup-history-evolution>

ANEXOS

Entrevista 1

Fuente: Daniel Aguilera

Cargo: Director de deportes *Radio Huancavilca*

1. ¿Cómo obtienen la información sobre fútbol femenino?

Nosotros tenemos una fuente directa que es la FEF y sus jefaturas en este caso de prensa, pero destaco mucho por ejemplo la jefatura de prensa de Quito porque como las selecciones la mayor parte de las veces trabaja en Quito, siempre personaliza la información, entonces esa es nuestra principal fuente. Segundo a través de los periodistas que tenemos en Quito que cuando hay los eventos más importantes cubren a las selecciones femeninas.

2. ¿Qué criterios periodísticos aplica un comunicador para informar sobre fútbol femenino?

El criterio periodístico nuestro para aplicarlo en la parte de la información primero es como en toda actividad periodística confirmar la información, posteriormente cuando nosotros recibimos por ejemplo una entrevista en video, nosotros la transcribimos a través de ese criterio nosotros también podemos, sacar títulos conclusiones y saber que es la parte más importante de la entrevista. Esto también depende mucho del evento que se vaya realizar, como un torneo sudamericano como ocurrió en Ecuador, entonces bajo ese criterio es la titulación principal y de ahí se van despegando, bajo esos criterios las actividades, subtemas que uno puede ir añadiendo a una nota periodística.

3. ¿Por qué hay una brecha tan grande entre la información que se genera entre el fútbol masculino y femenino en los medios comunicación?

La brecha no la ponemos nosotros, la brecha la pone realmente en este caso los oyentes si es una radio o nuestros seguidores si son las redes sociales porque nosotros como medio lo que hacemos es informar, titulamos mañana el dt de ña selección femenina Vanessa Arauz convoca por primera vez a una jugadora que está jugando en Alemania, entonces eso es una noticia para nosotros, pero la respuesta de la actividad o la interacción que tiene la noticia no depende de

nosotros, depende mucho de él que escucha o el que lee. Entonces él es realmente el que hace que la noticia crezca, como hace que un medio crezca, entre más oyentes tiene una radio, es mejor, se hace una cuestión expansiva, igual es en una noticia si mañana la noticia es importante y dice que el técnico de Ecuador convocó a una jugadora que por primera vez juega en Alemania, esa es una noticia y se va repitiendo, pero eso depende más del que está del otro lado del medio de comunicación, del receptor.

4. ¿Con qué frecuencia se difunde en la radio información sobre el fútbol femenino?

Las noticias a nivel de fútbol se manejan casi de la misma forma, el fútbol femenino en este caso en Ecuador no está totalmente estructurado, ejemplo hay un campeonato de fútbol femenino que no tiene una estructura fija en un día quieren jugar 4 o 5 partidos y a veces no se juega el 5 partido porque no llegó el árbitro, porque faltaron las jugadoras, entonces eso le quita seriedad y al no ser serio es evidente que existan problema incluso para la difusión, por ejemplo no existen

5. ¿Cree que el tratamiento que se le brinda a la información sobre fútbol femenino es adecuado?

El tratamiento del fútbol femenino en los medios es una caja de resonancia todo, si no existe ese tratamiento es precisamente porque no hay estructura, es decir no hemos tenido un manejo eficaz en todos los sentido, por ejemplo, sabemos que Ecuador tiene una entrenadora, sabemos que tiene un cuerpo técnico, pero no sabemos que competencias tiene, no sabemos de dónde ese técnico va a buscar jugadores porque no existen campeonatos, sabemos que los campeonatos en el año son mínimos, sabemos que el producto de ese entrenador que necesita, tiene que ir a buscar a los colegios o a las universidades y si es que las chicas quieren participar, entonces al haber ausencia de tantos elementos para conformar una selección, es evidente que hay ausencia de información por lo tanto no es relevante muchas veces y esa falta de trabajo precisamente en la estructura en la base en el organismo que es el adecuado para hacer eso es lo que hace que no exista relevancia informativa en ese tema.

6. ¿Por qué las noticias se las etiqueta como fútbol femenino y no sólo como fútbol?

Porque el fútbol normalmente no nace (no es una respuesta sexista) pero no nace particularmente en la mujer, de hecho hay un antagonismo entre el hombre y la mujer respecto al fútbol porque la gente siempre dice “el fútbol es para hombres” y las mujeres están en la casa furiosas porque el esposo se queda viendo partidos de fútbol o porque el domingo se va al estadio y no existe el compartir, incluso los hábitos de las familias cambian dependiendo del fútbol, si el día domingo a las cinco de la tarde va a jugar Barcelona ese día la familia puede ir al estadio o el hombre puede ir al estadio, entonces se convierte en un espacio sagrado para el hombre donde normalmente no está la mujer, pero que con los cambios de la parte cultural de diferentes naciones eso ha evolucionado entonces ya vemos más mujeres en el fútbol, activando las presidencias de equipos de fútbol, dirigiendo equipos de fútbol, en el arbitraje, entonces no es una cuestión sexista realmente y definir al fútbol femenino y diferenciarlo del masculino lo hace incluso hasta una cuestión de alguna manera cultural. por ejemplo: entras a los nuevos juegos a partir del 2016 la FIFA implementó por primera vez el fútbol femenino en los juegos de video, entonces nosotros cuando entramos a jugar PlayStation, tenemos una sección de fútbol femenino, entonces creo que decir fútbol femenino, es solamente dividir de una manera la categoría de fútbol en el género nada más.

7. ¿Qué pueden hacer los medios para beneficiar al fútbol femenino, en este caso la radio?

Creo que sí, yo creo que todos los medios estamos llamados a utilizar de manera correcta nuestra influencia en el público, pero reitero va a depender mucho de que exista seriedad en la dirigencia, si no existe seriedad en la dirigencia evidentemente no hay nada, te repito, si para el fútbol masculino incluso, cuesta muchas veces dinero, tiempo, incluso para las federaciones mejor pienso yo que puede ser no una inversión sino un gasto, nosotros hemos quedado muy mal parados allí en el fútbol femenino a nivel de los torneos, ya sabemos quiénes son las potencias en el fútbol femenino a nivel sudamericano y a nivel mundial por ejemplo como Estados Unidos en donde es totalmente diferente la forma, en Estado Unidos si lo toman en serio, las chicas practican mucho el deporte, hay canchas, me ha tocado ver que sí

han segmentado al fútbol masculino del femenino, hay una segmentación, pero hay igualdad en eso, porque en Estados Unidos tu encuentras a las chicas practicando fútbol, vas a una tienda de calzado de fútbol soccer y tu encuentras más vestimenta deportiva para fútbol de mujeres que de hombres, entonces allí en ese sentido a nivel de Sudamérica si tiene que ver un poco la parte del género, la parte sexista, por ejemplo México siempre fue un país en el que el sexismo fue una cuestión muy muy marcada incluso ha habido, mucho misógino , y en México hubo mucho de ese tipo de personas, pero eso ha cambiado, hoy por ejemplo las Ligas Mexicanas ya tienen un campeonato de fútbol femenino, se tratan con igualdad hay un evento de fútbol femenino, pero con una estructura, entonces por ejemplo encuentras redes sociales en los principales medios inclusive para el fútbol femenino, manejado por mujeres, eso hace la diferencia.

¿Por qué hay más información sobre fútbol femenino internacional que el nacional?

Porque hay más competencia que no la tenemos nosotros.

9. ¿Por qué en unos años hay más información que en otros?

El motivo es la falta de competencia, si tú no tienes un producto que mostrar, difundir, tampoco tienes un producto que puedas publicarlo, exponerlo en el caso de Ecuador no existe el producto y no existe la vitrina, entonces aquí creo que una chica se fue al exterior, que la contrataron después del sudamericano, pero eso es muy raro acá en Ecuador porque no existe, entonces creo que si hay que ponerle algo positivo a la Ecuatoriana, es tratar de intentar fomentar el fútbol femenino, porque a nivel del masculino hay problemas, de hecho los dirigentes evitan que existan este tipo de torneos porque representa para ellos un gasto, los estadios siempre a nivel masculino están vacíos no se diga en las categorías menores cuando hay un partido de divisiones formativas o el equipo de segunda de ese mismo plantel juega sin público porque la gente acude siempre al partido principal no se queda para ver o sea no tenemos cultura en ese sentido, entonces no hay capacidad de compra, no hay capacidad de inversión y al no tener inversión evidentemente no hay dinero, no hay como hacerlo entonces todo va encadenado un poco a la parte cultural y la parte en la que no se puede vender algo que la gente no quiere comprar.

11. ¿Usted cree que el medio estaría dispuesta a crear una sección específica para el fútbol femenino? Y si ya cuenta con una, cuál es la finalidad.

Si es muy probable, pero eso puede depender un poco de lo que exista, cuando tú en una segmentación de un medio de comunicación creas un espacio para hablar de un tema ese tema tiene que generar contenido, si no hay contenido no hay que generar y es un espacio perdido. Ejemplo: acabó el mundial ahora durante el mes del mundial se generó contenido del mundial, entonces se crearon contenidos específicos para ese tema, pero de aquí a 4 años más no va haber un mundial, se llamará eliminatorias, entonces durante los 4 años más ese contenido ya no va a existir va a existir eliminatorias, va a existir copa América y murió el contenido del mundial.

13. ¿Qué nivel de conocimiento tienen los periodistas de radio sobre fútbol femenino?

No puedo hablar por todos los periodistas, pero realmente te digo hay poco conocimiento, muy poco, porque no hay campeonatos por lo tanto no hay una fuente y el periodista vive de una fuente es decir si mañana no existe un campeonato femenino, no hay jugadoras que entrenen, entonces que hace una jugadora cuando no hay un campeonato, por lo tanto, no entrenan, por lo tanto, no te alimentas de la forma adecuada. El fútbol pasa a ser para las mujeres una cuestión de una fantasía una ilusión.

14. Las radios especializadas en deportes deben hacer hincapié en todas las competencias deportivas que se realizan en el país, pero, los temas que tratan es sobre fútbol ¿cuál es la razón?

Eso ocurre porque la mayor cantidad de información que viene del fútbol en todos los ámbitos por el ser el principal deporte en América Latina y en Ecuador es evidente que se trate de eso y esa es la razón los temas que generalmente se tratan están vinculados al fútbol porque es el mayor deporte.

Entrevista 2

Fuente: Belén Quinatoa

Cargo: Periodista de Radio la Red

1. ¿Cómo obtienen la información sobre fútbol femenino?

La información en el ámbito local, la generamos nosotros mismos cubriendo los partidos o mediante entrevistas ya sea en la radio o vía telefónica a las protagonistas, además el CONFA, organismo encargado del fútbol femenino del país nos envía los resultados del torneo.

Mientras que, del fútbol femenino internacional, nos guiamos de las cuentas oficiales de jugadoras, los equipos o federaciones y de páginas web que también publican sobre fútbol femenino.

2. ¿Qué criterios periodísticos aplica un comunicador para informar sobre fútbol femenino?

Creo que en general no solo en el fútbol femenino, sino en el fútbol en general, se trata de utilizar los distintos géneros periodísticos para cubrir una noticia o información, pero a veces fallamos en lo que se puede hacer o donde se debe hacer más énfasis para dar notoriedad al fútbol femenino.

3. ¿Por qué hay una brecha tan grande entre la información que se genera entre el fútbol masculino y femenino en los medios comunicación?

Al igual que en cualquier otra actividad, donde hay mercado existen más atención y se generan más recursos y evidentemente el fútbol femenino está en una etapa inicial donde todavía no es un negocio, donde no genera mucha atención y que a diferencia del fútbol masculino todavía no tiene un amplio mercado.

Todo eso es en lo que todavía hay que trabajar, para que el fútbol femenino siga creciendo.

4. ¿Con que frecuencia se difunde en la radio información sobre el fútbol femenino?

Como ya se mencionó antes, La Red cuenta con dos segmentos fijos los martes y jueves para hablar temas relacionados al fútbol femenino, también tiene un espacio

en el noticiero diario además a lo largo de nuestra programación en los distintos programas de darse el caso, se puede dar información sobre fútbol femenino.

5. ¿Cree que el tratamiento que se le brinda a la información sobre fútbol femenino es adecuado?

Esta pregunta se la pueda responder con las anteriores, por ahora los periodistas tienen muy poco conocimiento del fútbol femenino, por ende, el rol del comunicador es muy corto con respecto al tema, por eso el tratamiento que se le da a la información es escaso y con desconocimiento y eso hace que la información tenga poca difusión y repercusión.

6. ¿Por qué las noticias se las etiqueta cómo fútbol femenino y no sólo como fútbol?

Se las etiqueta así por un tema del uso del manual de redes sociales, ya que al utilizar este hashtag se trata que los usuarios tengan más facilidad al momento de hacer un seguimiento al tema o evento, en este caso fútbol femenino.

Además, para ayudar a dar una mayor visibilidad a la información que generamos, haciendo que el contenido de esa información sea visible más allá de nuestra red de seguidores.

7. ¿qué pueden hacer los medios para beneficiar al fútbol femenino, en este caso la radio?

Tanto en radio como en otros medios, lo primero que se debería hacer es la cobertura, sino se transmite, sino se cubre la información es imposible que tenga notoriedad y la seriedad necesaria.

Lo otro es tener información diversa, de los jugadores, directivos, equipos, historias de vida, para que la gente que escucha, lee o ve la TV vaya conociendo mejor el fútbol femenino.

8. ¿Considera conveniente aumentar la cantidad de información sobre fútbol femenino en su medio? De qué depende.

Sería muy bueno tener mayor información, pero depende también mucho del personal que tenemos a disponibilidad y en especial de lo informados que estén del tema.

9. ¿Por qué en unos años hay más información que en otros?

Se genera mayor información ya sea de fútbol femenino o de otro deporte, cuando se está desarrollando algún evento, puede ser Mundial, Copa Sudamericana, ya sea por la misma información que generan los equipos o medios de comunicación internacionales.

10. ¿Qué recomienda para que el contenido del fútbol femenino tenga mayor notoriedad en el país y pueda ser buscado con mayor facilidad?

Creo que lo principal sería darle una continuidad a la información y también que la misma tenga una forma, es decir que se sepa que un programa o información sale en determinado día, hora, no importa si sea largo o corto, lo importante es que se le de visibilidad y notoriedad, tanto para las personas que consumen esto y a las personas que vendrán.

11. ¿Usted cree que el medio estaría dispuesta a crear una sección específica para el fútbol femenino? Y si ya cuenta con una, cuál es la finalidad.

La Red, ya cuenta secciones de fútbol femenino tanto en radio como en nuestra página web, la finalidad es tratar de crear una cultura de igualdad, tanto para el fútbol masculino y femenino y también para que las personas que quieran la información estén informadas.

En la radio durante el programa diario que tiene La Red 'La Primera Luz', se comenta de temas relacionados al fútbol femenino, además los días martes y jueves hay un segmento específico para hablar del tema.

Mientras que, en la página web, contamos con tres secciones de fútbol femenino. Una donde se publican temas relaciones al fútbol local, ya sea campeonato nacional y selecciones, mientras que la otra sección es internacional, como su nombre lo indica se publican notas a nivel global.

12. ¿Qué considera más importante el medio, informar sobre futbol nacional, internacional o selección?

Va a depender mucho de la coyuntura, pero sobre todo se considera mejor informar sobre temas en el ámbito local es decir fútbol nacional y selección.

13. ¿Qué nivel de conocimiento tienen los periodistas de radio sobre fútbol femenino?

Creo que en radio hay pocas personas que conocen de fútbol femenino, y el tema viene porque somos muy pocas las radios que se meten en el fútbol femenino, que lo transmiten que lo viven semana a semana que conversan con las jugadoras y cuerpos técnicos, por lo que eso hace que el desconocimiento prime.

Entrevista 3

Fuente: Luis Zapata

Cargo: Periodista radio CRE

1. ¿Cómo obtienen la información sobre fútbol femenino?

Siguiendo a distintas páginas en la Web, Twitter, también yendo a cubrir entrenamientos de fútbol, principalmente Guayaquil y le hacemos seguimiento a los demás clubes femenino a través de la página de la Federación, lo poco que publican nos están informando de esa manera.

2. ¿Qué criterios periodísticos aplica un comunicador para informar sobre fútbol femenino?

Sobre todo, lo principal, saber conocer de los equipos que forman parte del fútbol femenino, las futbolistas que lo integran ya que algunas forman parte también de la selección y yo creo que sobretodo es la objetividad, el profesionalismo y llegar al público ya que hay muchas personas que les interesa esta información.

3. ¿Por qué hay una brecha tan grande entre la información que se genera entre el fútbol masculino y femenino en los medios comunicación?

Es fácil sobretodo en nuestro país por la masa y lo que genera sobre todo los principales equipos masculinos más grandes del país como Barcelona, Emelec y Liga, ya están consolidados tienen su propia hinchada y seguidores, en cambio el

fútbol femenino, es amateur y recién están pensando en profesionalizarlo, por eso la brecha y la diferencia tan grande.

4. ¿Con que frecuencia se difunde en la radio información sobre el fútbol femenino?

Creo que nos falta mucho en nuestro país, son pocas las radio que cubren, por ejemplo, Radio la Red de Quito que le da mucho seguimiento, el canal televisivo Teleamazonas. CRE cubre el fútbol femenino, pero es poco y somos pocos los medios radiales que nos interesamos por el tema.

5. ¿Cree que el tratamiento que se le brinda a la información sobre fútbol femenino es adecuado?

No, no es el adecuado, yo pienso que se inicia desde la cabeza principal, desde la CONFA, Federación que deben ayudar un poco más y no es el adecuado porque muchas veces, nos enteramos casi sobre la hora que se realizará un partido femenino porque no se le da mucha difusión, yo creo que ese es otro punto que se debe corregir.

6. ¿Por qué las noticias se las etiqueta cómo fútbol femenino y no sólo como fútbol?

Creo que es la diferencia, ya que la gente acá sigue más al fútbol masculino entonces debe de darle esa diferencia de fútbol femenino para que se vea que es algo aparte, se lo maneja de esa forma y es así como está establecido.

7. ¿qué pueden hacer los medios para beneficiar al fútbol femenino, en este caso la radio?

Desde la cabeza principal el gerente de la radio, directores de los programas deben de darle más apertura al fútbol femenino, brindarle un espacio o hablar en cada programa, por lo menos dedicarle media hora al fútbol femenino, con esto poco a poco se puede ir beneficiando, incluyendo en las distintas parrillas de los programas radiales.

8. ¿Considera conveniente aumentar la cantidad de información sobre fútbol femenino en su medio? De qué depende.

Yo creo que acá en nuestro medio sobre todo en la plataforma digital hay que poner un poco más a trabajar a los chicos empaparlos un poco más de lo que es el fútbol femenino, de llegar a cubrir más información, de estar allí en los entrenamientos día a día de ver lo que ocurre también con las selecciones femeninas. Que hay micro ciclos y yo creo que eso se debe hacer para darle más continuidad al deporte en nuestro medio.

9. ¿Considera que se le da más espacio al fútbol profesional que a otros deportes?

Sí totalmente de acuerdo, se le da más espacio al fútbol profesional, no solo en nuestro país, en otros países específicamente de Sudamérica el fútbol es el que envuelve más y se le da más cobertura. Uno se interesa más por cubrir el fútbol profesional que otros deportes.

10. ¿Considera que la difusión mejoraría o aumentaría si hay más emisión de boletines informativos desde las organizaciones de diversos torneos de Fútbol Femenino?

Si, por supuesto, totalmente de acuerdo, esa es una gran falencia como comunicadores nos falta difundir, llegar un poco más a los medios a través de boletines informativos, para que así vaya tomando más fuerza y la divulgación mejore. Esto viene desde los principales directivos que deben corregir ese tema con boletines, brindando información en redes sociales, ayudaría muchísimo.

11. ¿Qué recomienda para que el contenido del fútbol femenino tenga mayor notoriedad en el país y pueda ser buscado con mayor facilidad?

Recomendaría darle mayor difusión en redes sociales, plataformas web de cada radio, medio televisivo, de los distintos medios también los diarios que utilizan los portales digitales y también darle espacio en todos los programas deportivos, por lo menos media hora todos los días de la semana, para que de esta manera la información pueda ser buscada con mayor facilidad.

12. ¿Usted cree que el medio estaría dispuesta a crear una sección específica para el fútbol femenino? Y si ya cuenta con una, cuál es la finalidad.

Yo creo que el medio tiene toda la apertura, llevamos invitadas, le dedicamos por lo menos 20 minutos al fútbol femenino en cuanto al campeonato, lo que sucede en las selecciones, damos a conocer nóminas, pero en sí, no tenemos el espacio de fútbol femenino en la radio, yo creo que si se habla con el gerente o directores de los programas por supuesto que vamos a contar con el espacio de tener un programa dedicado netamente a esta rama.

13. ¿Qué considera más importante el medio, informar sobre fútbol nacional, internacional o selección?

Bueno yo creo que acá se le da muchas más aperturas al torneo local, porque es lo que vives día a día. Pasaría a segundo plano lo de las selecciones porque pasan muchos meses para crear información sobre este tema.

14. ¿Qué nivel de conocimiento tienen los periodistas de radio sobre fútbol femenino?

Poco, he conversado con colegas, no tienen conocimiento sobre los nombres de las jugadoras, en qué posición juegan, no saben de qué club vienen, entonces el mismo canal que tiene los derechos del fútbol femenino (El Canal del Fútbol) creo que debemos informarnos un poco más, de buscar más datos sobre las jugadoras del torneo y en general, no todos los periodistas conocen sobre el torneo, del tema fútbol femenino, incluso cuando se llevan invitadas preguntan ¿quién es? ¿dónde juega? No sabemos que tenemos jugadoras en el fútbol internacional que nos están representando. Yo creo que hay que empezar desde allí como periodistas informarnos más, empaparnos más y estar también en la cobertura en el día a día.

Entrevista 4

Fuente: Jennifer Vicuña

Cargo: Jefa de prensa, Federación Ecuatoriana de Fútbol

1. ¿Qué conoce sobre fútbol femenino?

Actualmente el fútbol femenino sigue siendo uno de los retos para quienes estamos inmersos en el mundo deportivo. Desde que inicié en este ámbito hace 8 años, veo que de a poco se va dando a conocer un poco más sobre el fútbol femenino, pero aun así falta y mucho.

Entre el año pasado y este 2018, se ha podido ver un poco más de difusión, sobre todo porque ya es un hecho de que las mujeres también dominan el balón y hay muchos equipos que se inscriben para ir disputando torneos.

Ahora que estoy en la Federación Ecuatoriana de Fútbol, se espera que con la obligatoriedad de que los clubes tengan un equipo femenino el próximo año, anhelamos que este tema sea fundamental para que prevalezca el fútbol femenino en los medios y sea una constante. No sólo cuando se obtiene algún triunfo con equipos ecuatorianos o en torneos que realice la Selección de Ecuador en sus diferentes categorías, sino que se tome en cuenta el sacrificio y se valore mucho más al fútbol femenino, y para ellos necesitamos el apoyo tanto del público y de los medios de comunicación.

2. ¿Tiene una cantidad de noticias sobre fútbol femenino designadas para difundir a la semana, al mes, al año?

Específicamente una cantidad no, nosotros como FEF, trabajamos de la mano con el CONFA (Comisión Nacional de Fútbol Aficionado), que se encarga del tema de los torneos de los equipos femeninos.

Ellos nos envían, resultados, calendario, tabla de posiciones ya sea del Campeonato Femenino Serie A – Torneo Clausura y de la Serie B, que son los que se están jugando actualmente.

Estas noticias por ahora son semanales porque las fechas se juegan los fines de semana y publicamos una vez se hayan disputado los partidos.

En cuanto a Selección Ecuatoriana, depende de los microciclos que se dispongan y de la preparación para torneos oficiales.

En este momento con la TRI Sub-20 es a la que le estamos dando seguimiento y difusión ya que se alistan para los Juegos Olímpicos de la Juventud a desarrollarse en Argentina del 6 al 18 de octubre. Estas se desarrollan en redes con videos y fotos dos o tres veces por semana.

3. ¿Manejan boletines de prensa para mantener informados a los medios de comunicación sobre fútbol femenino? Utilizan el mailing...

Claro que sí, enviamos los boletines mediante correos y a través de nuestras redes oficiales: www.ecuafutbol.org, Twitter, Facebook e Instagram.

Además, manejamos grupos de Whastapp para un comunicado más rápido y directo con los periodistas.

4. ¿Los medios de comunicación solicitan información sobre fútbol femenino? Si la respuesta es positiva, cuantos medios lo hacen y cada cuando tiempo.

Eso depende de los torneos que se disputen tanto como Campeonato o con Selección.

Por ejemplo, con el Sudamericano Sub-20 que se jugó en Riobamba, Ibarra y Ambato sí tuvimos mucha demanda, porque hubo medios que no pudieron viajar. Solicitaban alineaciones, fotos, novedades de los equipos, y a través de nuestras redes oficiales enviamos videos, entrevistas para que los periodistas puedan tener material a utilizar.

5. Desde su perspectiva, ¿considera que el interés de los medios de comunicación sobre fútbol femenino ha incrementado?

Creo que sí ha aumentado un poco más el interés. A casi finales del año pasado se implementó por parte de la FEF la transmisión de todos los partidos del campeonato nacional femenino, vía streaming a través del Canal del Fútbol y según los reportes tuvo mucha acogida.

Fue una ayuda para los medios porque se pudo ver los partidos y hacerles seguimiento.

6. ¿Monitorean la información que producen los medios sobre fútbol femenino? Si la respuesta es positiva, puede darme un aproximado por semana, mes o año.

Sí, nosotros revisamos diariamente los periódicos y monitoreamos los medios tanto escritos, radiales y de tv.

Pero en periódicos y medios digitales podrían ser semanalmente una, por mes tal vez se llegue a tres, recopilando entre varios medios.

Como explico la información varía dependiendo de los torneos que se estén disputando.

Grupo Focal

Fuente: Mayra Olvera

Cargo: Jugadora internacional (ecuatoriana)

¿Radio la Red de Quito o Huancavilca de Guayaquil le ha realizado alguna entrevista al largo de sus años como entrenadora?

Radio la Red algunas entrevistas.

2. ¿Cuántas recuerda?

Recuerdo 4

3. ¿Qué es lo que generalmente le preguntan?

Del apoyo que no tenemos como fútbol femenino.

4. ¿Qué temas quisiera que se trataran en la entrevista?

Como hacer para que el fútbol femenino del país tenga mayor interés.

5. ¿De qué cree que depende que las radios informen con más frecuencia sobre fútbol femenino?

Que genere muchos más oyentes y esto se logra si manejan mejor las propagandas

6. ¿De qué manera como jugadora puede ayudar usted a las radios a que estén más informadas sobre sus actividades?

Llegar a un acuerdo y pasarles por medio de mail la información que tenga

7. ¿Cree que ha mejorado la difusión de noticias sobre fútbol femenino en el país?

Ha mejorado, pero aún falta

8. ¿Si los medios de comunicación aumentan la cantidad de noticias sobre fútbol femenino, el interés sobre esta rama en el país crecería, ¿qué opina?

Si crecería porque hay información sobre lo que ocurre en el fútbol femenino del país.

9. ¿Recuerda si en algún momento los medios de comunicación han confundido su nombre o han cometido alguna equivocación sobre sus datos al momento de informar?

No recuerdo ni una

10. ¿Cómo busca información sobre fútbol femenino, en qué plataforma, qué medios?

Redes sociales

Fuente: Sofía Sánchez

Cargo: Jugadora del torneo nacional femenino

¿Radio la Red de Quito o Huancavilca de Guayaquil le ha realizado alguna entrevista al largo de sus años como entrenadora?

Sí

2. ¿Cuántas recuerda?

9 veces aproximadamente

3. ¿Qué es lo que generalmente le preguntan?

Sobre el campeonato nacional, como veo el apoyo al fútbol femenino, modalidad del campeonato nacional, presupuesto para el campeonato, etc.

4. ¿Qué temas quisiera que se trataran en la entrevista?

Sobre el apoyo, económico, razones porque no se profesionaliza, que investiguen sobre el presupuesto que tiene la federación para realizar el campeonato.

5. ¿De qué cree que depende que las radios informen con más frecuencia sobre fútbol femenino?

Siempre va a depender de cuánto venda el fútbol femenino es decir el aporte q tenga la empresa privada y eso desencadena en la influencia de medios de comunicación.

6. ¿De qué manera como jugadora puede ayudar usted a las radios a que estén más informadas sobre sus actividades?

Dando apertura para las entrevistas y sobre todo hablando con la realidad de lo q sucede con el fútbol femenino.

7. ¿Cree que ha mejorado la difusión de noticias sobre fútbol femenino en el país?

Pienso que acá en Cuenca si le dan mucha importancia más que en otras ciudades.

8. ¿Si los medios de comunicación aumentan la cantidad de noticias sobre fútbol femenino, el interés sobre esta rama en el país crecería, ¿qué opina?

Claro que sí. Hay personas que en el país no tienen nada de conocimiento que se realiza un campeonato a nivel nacional.

9. ¿Recuerda si en algún momento los medios de comunicación han confundido su nombre o han cometido alguna equivocación sobre sus datos al momento de informar?

Si en muchas ocasiones. Por ejemplo, en partidos una persona marca un gol y ponen el nombre de otra.

10. ¿Cómo busca información sobre fútbol femenino, en qué plataforma, qué medios?

Redes sociales

Fuente: Vanessa Arauz

Cargo: Ex entrenadora de la Selección Femenina de fútbol

1. ¿Radio la Red de Quito o Huancavilca de Guayaquil le ha realizado alguna entrevista al largo de sus años como entrenadora?

Si

2. ¿Cuántas recuerda?

Radio la red 10

3. ¿Qué es lo que generalmente le preguntan?

Sobre el presente y futuro del fútbol Femenino, como se está realizando la preparación de la selección y que logros aspiramos.

4. ¿Qué temas quisiera que se trataran en la entrevista?

Sobre las jugadoras y su situación, la importancia de tener una liga profesional, como se puede mejorar el desarrollo del fútbol Femenino en nuestro país.

5. ¿De qué cree que depende que las radios informen con más frecuencia sobre fútbol femenino?

Depende del torneo femenino amateur y su organización, el que ellos envíen la información a los medios de comunicación, también depende de los equipos como manejan sus redes sociales, y transmiten información, de estos y muchos más factores depende el generar interés de la prensa.

6. ¿De qué manera como entrenadora puede ayudar usted a las radios a que estén más informadas sobre sus actividades?

Por medio de mis redes sociales, ya que es la herramienta de comunicación que más se utiliza en la actualidad y el mundo.

7. ¿Cree que ha mejorado la difusión de noticias sobre fútbol femenino en el país?

Si ha mejorado, al menos se realizan intermitentemente resúmenes sobre el campeonato y la actualidad de la selección, pero si se debería dar mucho más apoyo y difusión.

8. ¿Si los medios de comunicación aumentan la cantidad de noticias sobre fútbol femenino, el interés sobre esta rama en el país crecería, ¿qué opina?

Generaría un importante impacto en las jugadoras ya que las obligaría a estar al 100%, en su rendimiento y esto ayudaría a que sean conocidas a nivel internacional, también provocaría que más niñas quieran dedicarse a este deporte, que los inversionistas quieran invertir.

9. ¿Recuerda si en algún momento los medios de comunicación han confundido su nombre o han cometido alguna equivocación sobre sus datos al momento de informar?

Al inicio confundían mi apellido de Arauz con Araujo, lo que más me sucedió es ver como confundían el nombre de las jugadoras. Tanto en medios de comunicación como escritos como televisivos.

10. ¿Cómo busca información sobre fútbol femenino, en qué plataforma, qué medios?

En las páginas oficiales de las federaciones de fútbol de cada país, en las plataformas de instagram, Twitter principalmente.

Fuente: Amilcar Mantilla

Cargo: Presidente de la CONFA

1. ¿Qué nivel de exposición tiene el fútbol femenino en el país?

Yo creo que ahora mucho más que hace 5 años, porque cuando empezó ni los propios directivos conocíamos mucho sobre fútbol femenino, cuando se empezó a jugar se vio las potencialidades que tiene yo creo que ahí varios medios de comunicación, no todos, pero varios que han apoyado, creo que, en nivel de exposición del fútbol femenino de competencia, el fútbol femenino que rige la FEF ahora es más conocido, sin embargo, creo que sigue faltando mucho.

2. ¿Qué medios de comunicación son los que más se interesan en informar sobre la actividad en el país?

De aquí de Guayaquil el telégrafo siempre estuvo pendiente y de Quito Teleamazonas Radio la Red y últimamente empezó radio Pichincha a darle importancia, el comercio hacía unas notas todos los martes, el extra también empezó a sacar bastantes notas en determinados momentos yo creo que en eso medios básicamente, sin descartar claro que en otros medios se han preocupado también.

3. ¿La CONFA tiene algún tipo de convenio con los medios de comunicación?

Bueno ese ha sido un poco el talón de Aquiles, sin embargo, sin embargo, nosotros hemos tenido un colaborador el cual emite toda la información semanal a todos los medios, es decir luego que se dan los resultados, tabla de posiciones, sale en redes sociales y obviamente dan lectura muchos medios, por eso se conoce y los que más aprovechan son los mismos medios que te acabo de mencionar

4. ¿Cómo se motiva a los medios de comunicación para que informen sobre el torneo femenino?

Más que publicidad es información, es decir entregamos el informe semanal de la competencia, como están los grupos, publicar la siguiente fecha, tabla de posiciones, la información básica y los medios de información la replican

5. ¿Considera que a partir del primer torneo ha habido un incremento en la difusión sobre el fútbol femenino (cuál es el cambio que ha dado) desde el primer torneo, hasta el momento?

Bueno el primer año tuvo un gran interés sobre todo la final en la cual se produjo una información que inclusive de acuerdo a la propia Holcim que era el patrocinador del equipo Rocafuerte, habían hecho un análisis del departamento de marketing de ellos y notaron que su marca se había expuesto, casi que, como un logro del campeonato de fútbol masculino, salieron en primeras planas en casi todos los periódicos, reportajes y una serie de cosas, entonces yo creo que eso fue una gran apuesta. Para el siguiente año no fue tanta la difusión, pero sin embargo se mantuvo. También tuvo que ver el cortar el apoyo por parte del estado (Ministerio de deporte) y sin embargo nosotros hemos logrado que el aporte sea a través de la

FEF, a través de los fondos Conmebol o fondos FIFA como se lo mantiene ahora y no está diseñado definitivamente el tema de lo que significa el tema de lo que significa la promoción la difusión del torneo y ese es un tema que nos toca ver, ya que nos corresponde hacerlo. Justamente tenemos un proyecto diseñado y abarca todas las cosas que tenemos que hacer para lograr que se conozca al fútbol femenino, para lograr que la prensa se motive, las empresas privadas deseen invertir, entonces eso está en tratamiento, hemos tenido acercamiento con importantes firmas en Ecuador que quiere invertir en esta parte del fútbol femenino que está faltando, esperemos se concrete y si se da, al menos el fútbol femenino tendrá la trascendencia similar al masculino. Al menos en cuanto a consolidar como una marca al futbol femenino, estamos en ese trabajo.

6. ¿En qué año termina el apoyo del ministerio y en qué año inicia el apoyo de la FEF?

Primer y segundo año el apoyo del Ministerio, el tercero año el apoyo económico fue mucho menor, hicieron falta recursos. Cuarto y quinto año con absolutos recursos de la Federación con ayuda de los recursos CONMEBOL y FIFA este año.

7. ¿Cómo hace para realizar búsquedas de información sobre fútbol femenino?

Realmente nosotros tenemos la información de primera mano y obviamente hay portales donde hay seguidores del fútbol femenino, también en redes sociales, también aparecen noticias en los medios masivos de comunicación e inclusive yo he visto un par de reportajes en el canal del Estado, es decir son esos ponchazos que existen, pero no son una política. La CONMEBOL Y la FIFA están aportando mucho al desarrollo del fútbol femenino y creo que más que por convicción por obligación van a tener que hacerlo.

8. Usted como dirigente, ¿qué propone para mejorar la cantidad y la calidad de la difusión del fútbol femenino?

Nosotros a través de las políticas estamos buscando que se consolide el fútbol femenino y que se consolide, que todos los actores apuesten más. Es decir que los medios de comunicación apuesten más al fútbol femenino y que esa apuesta va a significar la exposición mucho más continua de la marca, no solo del fútbol femenino

sino de la marca Fútbol femenino, es muy importante para que la empresa privada le mire al fútbol femenino

9. Con qué frecuencia ha escuchado que algún periodista dice mal los nombres de las jugadoras

En ocasiones hacen entrevistas sobre fútbol femenino y no tienen ni idea de lo que están hablando, los periodistas en ocasiones ni siquiera saben identificar cual es el nombre del campeonato, ni siquiera saben cómo se juega, ni la dinámica, ni en qué provincia se juega, qué categoría. Lo que significa que en varios medios de comunicación también existe mucha improvisación, no se preparan para poder hacer una entrevista. A través de esto la gente ubique a sus ídolos también del fútbol femenino y eso se hace también con ayuda de los medios de comunicación, cuando los medios de comunicación dejan de hablar del tema futbol femenino, ante la comunidad no tiene mayor conocimiento.

10. ¿Qué le hace falta al fútbol femenino para que mejore?

Lo que le falta al fútbol femenino es tener exposición en el momento en el que esto suceda va haber una gran cantidad de hinchas. Cuando los medios asuman la responsabilidad de transmitir directamente los partidos va a ser diferente y figuras del país no solo van a tener renombre, empezaran a tener la recompensa económica

11. ¿El fútbol femenino es profesional o amateur?

Es fútbol Amateur, Ecuador fue la primera selección en clasificar a un mundial como fútbol Amateur

12. ¿El nuevo reglamento de la CONMEBOL de qué manera ayudará al fútbol femenino del país?

Las cosas no funcionan por decreto, se ha logrado hacer una fusión con el fútbol profesional y el amateur, mixto si cabe el tema. Las jugadoras serán las mismas, nivel el mismo. No por darle otro título cambiará, además se sigue siendo Amateur porque las chicas no tendrán un ingreso como profesional, por esta razón continuará siendo Amateur.

Resultados Radio Huancavilca

A	B	C
Año	N° de noticias	Títulos relacionadon con FF
2013	3	3
2014	50	17
2015	41	26
2016	41	18
2017	31	16
2018	14	9
Total	180	89

A	B	C
Año	N° de noticias	Títulos relacionadon con FF
2013	3	3
2014	50	17
2015	41	26
2016	41	18
2017	31	16
2018	14	9
Total	180	89

D	E	F	G
Año	Noticias nacionales	Noticias Internacionales	Selección
2013	3	0	0
2014	4	24	22
2015	8	22	11
2016	9	32	0
2017	10	19	2
2018	2	12	0
Total	36	109	35

Año	Noticias 100% FF	Número de párrafos	Número de párrafos FF	Número de párrafos otros temas
2013	0	17	5	12
2014	29	361	225	136
2015	17	335	121	214
2016	16	274	138	136
2017	7	269	83	186
2018	7	92	55	37
Total	76	1,348	627	721

Año	Fuentes de información nacionales	Fuentes de información internacionales
2013	3	0
2014	26	24
2015	19	22
2016	9	32
2017	12	19
2018	2	12
Total	71	109

Año	Audios	Videos
2013	0	0
2014	1	0
2015	3	1
2016	1	1
2017	2	3
2018	0	1
Total	7	6

Año	Imágenes de FF	Imágenes de otros
2013	1	2
2014	38	12
2015	14	27
2016	18	23
2017	11	20
2018	8	6
Total	90	90

Resultados Radio La Red

A	B	C
Año	N° de noticias	Títulos relacionadon con FF
2013	3	3
2014	50	17
2015	41	26
2016	41	18
2017	31	16
2018	14	9
Total	180	89

D	E	F	G
Año	Noticias nacionales	Noticias Internacionales	Selección
2013	3	0	0
2014	4	24	22
2015	8	22	11
2016	9	32	0
2017	10	19	2
2018	2	12	0
Total	36	109	35

n	H	I	J	K	L
	Año	Noticias 100% FF	Número de párrafos	Número de párrafos FF	Número de párrafos otros temas
	2013	0	17	5	12
	2014	29	361	225	136
	2015	17	335	121	214
	2016	16	274	138	136
	2017	7	269	83	186
	2018	7	92	55	37
	Total	76	1,348	627	721

M	N	O
Año	Imágenes de FF	Imágenes de otros
2013	1	2
2014	38	12
2015	14	27
2016	18	23
2017	11	20
2018	8	6
Total	90	90

P	Q	R
Año	Fuentes de información nacionales	Fuentes de información internacionales
2013	3	0
2014	26	24
2015	19	22
2016	9	32
2017	12	19
2018	2	12
Total	71	109

S	T	U
Año	Audios	Videos
2013	0	0
2014	1	0
2015	3	1
2016	1	1
2017	2	3
2018	0	1
Total	7	6

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Ligia Elena Moreira Burgos, con C.C: # 172267411 autor del trabajo de titulación: Análisis de la difusión de contenidos informativos de fútbol femenino publicados en portales digitales de radios deportivas de Ecuador, previo a la obtención del título DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 17 de septiembre de 2018

f. _____
Nombre: Ligia Elena Moreira Burgos
C.C: 1722674171



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de la difusión de contenidos informativos de fútbol femenino publicados en portales digitales de radios deportivas de Ecuador		
AUTOR(ES)	Ligia Elena Moreira Burgos		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Julia Martha Murga Tenempaguay		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
CARRERA:	Comunicación Social		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciada en Comunicación y Periodismo		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	17 de septiembre de 2018	No. DE PÁGINAS:	101
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Periodismo deportivo – radiodifusión – portales informativos – contenidos multimedia – fútbol femenino – identidad de género		
<p>El presente trabajo muestra un análisis de las publicaciones informativas sobre el fútbol femenino, nacional e internacional en dos medios de comunicación de Ecuador, Radio <i>Huancavilca</i> y <i>La Red</i>, de Guayaquil y Quito, respectivamente. El trabajo se centró en el registro de la cantidad de publicaciones que ambos medios realizaron en sus portales informativos desde 2013 (primer torneo nacional femenino) y la búsqueda culminó a mediados del 2018 (último año del torneo amateur femenino).</p> <p>Finalmente, la poca cantidad de publicaciones y la baja calidad de los contenidos publicados lleva a la conclusión de que la difusión sobre noticias de fútbol femenino sigue siendo escasa y deficiente en las radios deportivas, pero no solo responde a la traba cultural de identidad de género, sino también a las complicaciones y limitaciones del oficio periodístico en las radios y otros factores.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-962550661	E-mail: g.moreira.1503@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE	Nombre: Sonia Yanez		
	Teléfono: +593-991923729		
	E-mail: sonia.yanez01@cu.ucsg.edu.ec		