



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

**Carrera de
Comunicación Social**

TÍTULO DEL TRABAJO

**Análisis de contenido de la cobertura
periodística del fútbol femenino versus el fútbol
masculino en la prensa deportiva ecuatoriana**

Autores:

Javier Alfonso Correa Córdova

Directora:

Mstr. Ximena Guerrero Bacuilima

Cuenca – Ecuador

2024

DEDICATORIA:

Esta tesis va dedicada al género femenino, en especial a todas las mujeres que son jugadoras profesionales de fútbol femenino, tanto a nivel nacional como internacional. También, va dedicada a todos los periodistas deportivos (mujeres y hombres) que relatan, comentan e informan sobre el deporte femenino.

AGRADECIMIENTO:

En primer lugar, gracias a Dios por permitirme disfrutar de lo lindo de la vida. En segundo lugar, agradecer a mi familia que ha sido pilar fundamental para llegar hasta este punto de mi carrera, sobre todo a mi abuelo Alfonso Correa, persona que me apoyó en cada decisión que tomaba sobre mi futuro. Gracias a mis abuelitos, papá, mamá, hermana, tías, tíos y más que todo a mis abuelos por brindarme consejos de vida y por darme esa fuerza para nunca rendirme.

Gracias a Doménica Blacio y a Néstor Castillo por su apoyo incondicional para finalizar esta investigación de una manera mucho más eficaz. Personas fundamentales en mi diario vivir.

No puedo dejar atrás a la familia Silva Groenow y a mi tía Ginger Correa que me acogieron como uno más de su familia, a mis amigos de la universidad: Juan Ramón Silva, Khalil Noguera, José Vintimilla, Roberto Cáceres, Roberto Gallardo y Mateo Quezada, quienes estuvieron conmigo en todo momento.

No puedo finalizar esta tesis sin agradecerles a mis profesores, en especial a las profesoras Catalina González y Ximena Guerrero, que de principio a fin creyeron en mí y me tuvieron paciencia. Gracias a cada uno de los estudiantes de Comunicación Social de la UDA por cada aliento de ánimo que me dieron en el cursar de la universidad.

Gracias Universidad del Azuay por permitirme ser un profesional y creer en mí. Los llevo y llevaré siempre en mi mente y corazón, espero representarlos como se debe afuera de la institución.

RESUMEN:

El fútbol femenino ha presentado grandes avances, desde la exposición mediática hasta una mayor presencia en campeonatos internacionales. Sin embargo, el fútbol de género masculino continúa en supremacía frente al fútbol femenino. En este sentido, la presente investigación analizó qué tan relevante es el fútbol femenino ecuatoriano a nivel de la prensa deportiva, tanto en medios tradicionales como medios digitales. Para esta investigación, se realizó un análisis de contenido donde se analizaron varias categorías, como el tratamiento informativo, enfoque de la información, uso de calificativos, uso de imágenes, entre otros. Los resultados demostraron que el fútbol femenino ecuatoriano ha crecido, pero no de una manera exponencial. Sin embargo, cuando los medios digitales o tradicionales exponen noticias sobre el fútbol femenino se evidencia una tendencia positiva al momento de informar o exponer esta información. No obstante, en la investigación también se encontró que el fútbol femenino es divulgado más en medios escritos que en medios digitales o en formato de TV.

Palabras claves: Análisis de contenido, cobertura periodística, comunicación, fútbol femenino, género, Superliga Femenina y periodismo deportivo.

ABSTRACT:

Women's soccer has made significant advances, from media exposure to a greater presence in international championships. However, male gender soccer continues to dominate over women's soccer. In this regard, the present research analyzed how relevant Ecuadorian women's soccer is in sports press, both in traditional and digital media. For this research, a content analysis was conducted, examining various categories such as informational treatment, focus of the information, use of qualifiers, use of images, among others. The results showed that Ecuadorian women's soccer has grown, but not exponentially as in the case of Ecuadorian men's soccer; however, when digital or traditional media cover news about women's soccer, there is a positive trend in informing or presenting any news. Nevertheless, the research also found that women's soccer is reported more in written media than in digital media or TV format.

Keywords: Communication, content analysis, gender, media coverage, sports journalism, Superliga Femenina and women's soccer.



Firmado electrónicamente por:
**MAYRA XIMENA
GUERRERO BACUILIMA**

Índice

DEDICATORIA:	I
AGRADECIMIENTO:	II
RESUMEN:	III
ABSTRACT:	III
Índice	1
CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN	1
1.1. Introducción	1
1.2. Periodismo deportivo	2
1.3. Fútbol Femenino	2
1.3.1 Fútbol Femenino en Ecuador	3
1.3.2 Visibilidad de la mujer deportista y la comunicación	3
1.4 Medios digitales vs medios tradicionales	4
Objetivos específicos:	5
Preguntas de investigación:	5
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA	6
2.1 Análisis de contenido	6
2.1.2 Libro de códigos	7
Prueba de confiabilidad	8
CAPÍTULO 3: RESULTADOS	9
CAPÍTULO 4: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	21
REFERENCIAS	24

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

1.1. Introducción

A pesar del desarrollo y evolución continuos del periodismo deportivo, la participación destacada de la mujer en el ámbito deportivo sigue siendo un tema marginal. Por lo tanto, es crucial analizar los eventos históricos que llevaron a este descuido, especialmente en el fútbol, donde la conexión cultural con la masculinidad y los estereotipos de género limitaron la participación femenina, incluso usando términos despectivos para etiquetar a las mujeres futbolista (Pujol, 2019). Este fenómeno actuó como un poderoso mecanismo de control. En contraste, muchas mujeres hallaron en el fútbol un espacio para socializar y recrearse. La escasa presencia de mujeres futbolistas y la asociación con el lesbianismo quizás contribuyeron a que el fútbol no fuera prioritario para el feminismo, dada la posición periférica histórica de las lesbianas y sus demandas en este movimiento (Alvarez, 2020).

Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en diversos ámbitos, incluyendo el deportivo. Han sido fundamentales para ampliar la comprensión del fútbol femenino, que gradualmente gana aceptación en la sociedad. A medida que el interés crece, se anticipa una mayor presencia mediática para difundir y popularizar este deporte, reflejando la tendencia observada en el fútbol masculino (Rosero, 2015). Mediante un estudio realizado por Alvarado y Fonseca (2013), destacan la influencia y la importancia vital de los medios de comunicación en el avance y desarrollo del fútbol femenino.

En Ecuador, la relevancia del fútbol femenino no ha sido una prioridad en las políticas editoriales. Una mayor difusión por parte de los medios de comunicación podría contribuir significativamente al reconocimiento de las mujeres en este deporte a nivel nacional e internacional. Este aumento en la visibilidad podría traducirse en un respaldo más sólido por parte de las federaciones y clubes deportivos. Ante esta problemática la pregunta que aborda esta investigación es: ¿Qué tan relevante es el futbol femenino ecuatoriano a nivel de prensa deportiva?

1.2. Periodismo deportivo

El periodismo deportivo ha evolucionado significativamente en su estructura y canales de difusión, consolidándose como una influencia dominante en varios países europeos y americanos, influenciando la configuración de calendarios de competiciones a través de los medios de comunicación, especialmente la televisión (Rojas-Torrijos, 2014). En Argentina, las raíces del periodismo se remontan al Virreinato del Río de la Plata, con hojas manuscritas que difundían noticias comerciales a finales del siglo XVII. En 1919, la revista *El Gráfico* marcó un hito al revolucionar el periodismo deportivo argentino, enfocándose en el fútbol y adoptando estrategias visuales innovadoras (Lopez, 2012).

El deporte, a pesar de sus raíces locales, ha logrado una proyección global gracias a las transmisiones televisivas y el entorno digital 2.0. Este fenómeno ilustra cómo el periodismo deportivo ejemplifica la interacción entre medios de comunicación a nivel global y local en la sociedad actual, ya que el deporte puede adoptar perspectivas tanto universalistas como locales (Boyle, 2006). Esta versatilidad del periodismo deportivo se refleja en su importancia en los medios, ya que no solo atrae a audiencias masivas, sino que también desempeña un papel estratégico al generar ingresos significativos a través de la venta de derechos de emisión de eventos deportivos (Rojas-Torrijos, 2018).

1.3. Fútbol Femenino

Ruiz Patiño (2011), destaca que el movimiento del fútbol femenino entre lo local y lo global se inicia con grupos de mujeres vanguardistas europeas que deciden jugar y organizar torneos, ejerciendo presiones a nivel local que finalmente inciden en el reconocimiento del fútbol femenino como una práctica relativamente establecida. Esto culmina en el desarrollo global del fútbol femenino con la organización de torneos mundiales y continentales, especialmente en Europa. En contraste, Aliendre y Mcontrera (2019), señalan que en Latinoamérica, debido a la falta de ligas profesionales, clubes y recursos en el deporte de élite femenino, las futbolistas enfrentan desafíos para asegurarse un lugar profesional y estable en sus equipos. A diferencia de Europa, el desarrollo del fútbol femenino en Latinoamérica se considera menos prioritario en general, persistiendo en su mayoría como una actividad predominantemente amateur.

Hijós (2020), señala que a pesar de la tradicional asociación del fútbol con los hombres, las mujeres argentinas se unieron a clubes de fútbol, inspiradas por las

'footballers' inglesas y francesas, luchando desde los primeros días por ganar su lugar en el campo. Este esfuerzo dio sus frutos, ya que el fútbol femenino experimentó un notorio crecimiento en la sociedad moderna, con su reconocimiento internacional consolidado en los Juegos Olímpicos de Atlanta en 1996, gracias a la persistencia de las mujeres en superar barreras sociales asociadas a la masculinidad (Torradeplot y Solanellas, 2021).

1.3.1 Fútbol Femenino en Ecuador

El fútbol femenino en Ecuador ha ganado reconocimiento con hitos como la clasificación histórica al Mundial de Canadá en 2015, a pesar de que las deportistas resaltan la necesidad de un mayor apoyo ante la reducción presupuestaria en comparación con la selección masculina (Gutiérrez, 2015). Sin embargo, se enfrenta a desafíos significativos, incluyendo la falta de apoyo, incentivos limitados, dificultades en la programación de entrenamientos y torneos extenuantes que han provocado agotamiento y lesiones (Rodríguez, 2018).

La Superliga Femenina en Ecuador surgió casi por obligación, ya que los equipos masculinos necesitaban contar con un club femenino para participar en torneos internacionales según las regulaciones de Conmebol. Aunque en 2023 se celebró la quinta temporada, el crecimiento ha sido más lento de lo esperado. Aunque el reglamento sugiere profesionalismo, también permite la participación de equipos aficionados, lo que indica que la Superliga no es totalmente profesional. A pesar de ello, la competencia ha mejorado con el tiempo, con menos equipos participando pero más partidos disputados en comparación con la primera edición (Figueroa, 2023).

1.3.2 Visibilidad de la mujer deportista y la comunicación

La presencia femenina en la programación televisiva deportiva ha sido históricamente limitada debido a distinciones marcadas entre deporte masculino y femenino, perpetuando estereotipos asociados a la idea errónea de que los hombres compiten y las mujeres participan como pasatiempo. A pesar de estas percepciones, las deportistas desafían y desacreditan estas nociones, señalando la falta de interés tanto en los medios como en la audiencia (Romero, 2014). Este panorama se evidenció durante la entrega del Balón de Oro, donde Ada Hegerberg, jugadora noruega del Olympique de Lyon, hizo historia al ganar en 2018. Sin embargo, el presentador desvió la atención hacia sus habilidades de baile, ilustrando el sexismo que enfrentan las deportistas. Otro incidente similar ocurrió en la gala de la UEFA, donde la transmisión se cortó justo antes

de anunciar a la mejor jugadora de Europa, Lieke Martens, resaltando la falta de reconocimiento y respeto hacia el fútbol femenino (Romero, 2019).

Según el Anuario de Estadísticas Deportivas (2019) en España, entre 2010 y 2018, aumentó la participación de mujeres en el deporte federado, pasando del 20% al 23% en licencias y del 34% al 37,2% en Deportistas de Alto Nivel (DAN). Estos datos sugieren una reducción de la brecha de género en el deporte, aunque persisten diferencias entre la actividad física deportiva y el deporte competitivo (Mujika-Alberdi et al., 2021). Esto refleja una evolución en el papel de la mujer en el deporte, que históricamente fue limitado por estereotipos de género que las consideraban el "sexo débil", subestimando su capacidad en fuerza y velocidad en comparación con los hombres (Vázquez Gómez, 2002)

1.4 Medios digitales vs medios tradicionales

La introducción del fútbol en Ecuador se atribuye a los ingleses y familias adineradas, según el libro "Memorias del deporte: Fútbol" del Ministerio del Deporte. Esta historia deportiva fue documentada por periódicos aún en circulación, como El Diario El Telégrafo (fundado en 1884), El Comercio (1906) y El Universo (1921), desempeñando un papel fundamental en la narración y difusión de eventos deportivos en el país (Nieto, 2019). Simultáneamente, con la introducción de la frecuencia modulada (FM) en la década de 1970, emisoras emblemáticas como "Nueva Emisora Centrar" lideraron la transmisión de mundiales de fútbol hasta 2002. Sin embargo, vieron una disminución en sus índices de audiencia, ya que emisoras especializadas en cobertura deportiva migraron a la banda de frecuencia modulada, adaptándose a las nuevas preferencias del público (Comercio, 2014).

A pesar de que la radio sigue siendo el segundo medio más consumido en Ecuador después de la televisión, enfrenta desafíos por el avance tecnológico y cambios en los patrones de consumo, especialmente entre la población joven. Aunque un 83% declara escuchar la radio regularmente, el impacto de las nuevas tecnologías es evidente, con un 82% utilizando dispositivos móviles, reflejando la creciente influencia de las plataformas digitales (Gehrke et al., 2016). En este contexto, la transformación del periodismo mediante los medios digitales crea un espacio innovador para la difusión de contenidos a nivel global, permitiendo el acceso a usuarios en todo el mundo, marcando una diferencia frente a los medios tradicionales. Los usuarios ya no son simplemente receptores pasivos,

sino que participan activamente en la generación e interpretación de contenidos (Chávez, 2019).

La narrativa es crucial en la reconfiguración del periodismo, generando evolución en géneros y formatos. Los medios deportivos en línea aprovechan el entorno digital para adaptarse a las nuevas pautas de consumo, ofreciendo reportajes profundos, análisis, entrevistas extensas y formatos de actualidad. En este contexto, Internet se considera el epicentro del negocio periodístico, eliminando obstáculos analógicos y siendo responsable de la producción de material periodístico (Manfredi Sánchez et al., 2015).

Es así como, luego de la revisión teórica, para la realización de este trabajo se ha planteado los siguientes objetivos.

Objetivo general:

- Analizar qué tan relevante es el fútbol femenino ecuatoriano a nivel de prensa deportiva, tanto en medios tradicionales como digitales.

Objetivos específicos:

O1: Determinar la evolución de la figura femenina en el deporte ecuatoriano.

O2: Examinar la visibilidad que da la prensa ecuatoriana en medios tradicionales y medios digitales del fútbol femenino ecuatoriano.

O3: Comparar qué tanto exponen noticias sobre el fútbol femenino y masculino ecuatoriano en los siguientes medios tradicionales y digitales en el último mes de la temporada: medios tradicionales (El Comercio) y medios digitales (Esto Es Fútbol).

Preguntas de investigación:

¿Qué tan relevante es el fútbol femenino ecuatoriano a nivel de prensa deportiva?

A modo de conclusión, esta investigación busca describir qué tan relevante es el fútbol femenino ecuatoriano en la prensa deportiva ecuatoriana, determinar que tanto ha evolucionado la figura femenina en el fútbol femenino y analizar que tanto exponen los medios (tradicionales y digitales) sobre fútbol femenino ecuatoriano.

CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolló con basado en un análisis de contenido:

2.1 Análisis de contenido

El análisis de contenido es un método de investigación que permite explorar mensajes diversos, desde respuestas abiertas en cuestionarios hasta la evaluación metódica de información archivada. En términos más precisos, se define como un procedimiento sistemático para examinar científicamente el contenido, abordando tanto los "significados" mediante el análisis temático como los "significantes" mediante el análisis de procedimientos y rasgos formales en cualquier texto. Algunos académicos lo consideran una técnica destinada a derivar inferencias reproducibles y válidas de datos específicos, aplicables a su contexto. Este enfoque implica una visión profunda y sistemática de cómo se aborda y examina la información, destacando su carácter científico y la capacidad para extraer conclusiones significativas basadas en datos disponibles (Igartua, 2006).

La muestra correspondió a todas las noticias deportivas publicadas en el diario EL Universo, Primicias y en el programa de fútbol Esto Es Fútbol, correspondiente al canal digital Marca 90, publicadas durante el periodo de agosto a septiembre del 2023, que pertenece a los últimos dos meses de la Super Liga Femenina Ecuador 2023 (18 partidos). Los medios fueron seleccionados bajo criterios de conveniencia al ser El Universo, el diario de mayor circulación nacional; Primicias, como principal diario digital del país y Esto Es Fútbol fue seleccionado porque es uno de los mayores canales digitales del país con un total de 177.000 suscriptores, según su cuenta de YouTube, y, por ende, es el medio digital deportivo de mayor audiencia. Al final del proceso de recolección de datos, se obtuvo un total de 29 noticias del diario El Universo y Primicias y 37 programas de Esto es Fútbol. Las palabras claves para la búsqueda de las noticias de los medios digitales fueron: chicas, fútbol femenino, Superliga Femenina, mujeres, niñas, deportistas, las dragonas, las canarias, las toreras.

Por otra parte, el instrumento de análisis fue una ficha basada en un libro de códigos, los datos se analizaron en Excel.

2.1.2 Libro de códigos

1. Categoría: Medio de comunicación
Subcategorías:
 1. Esto es Fútbol
 2. El Universo
 3. Primicias

2. Categoría: Género del Deporte
Subcategoría:
 1. Fútbol Femenino
 2. Fútbol Masculino

3. Categoría: Género periodístico
Subcategoría:
 1. Noticia
 2. Entrevista
 3. Reportaje
 4. Crónica
 5. Artículo de opinión
 6. Otros

4. Categoría: Tratamiento informativo
Subcategoría:
 1. Información a detalle
 2. Información calificativa/opinativa
 3. Información básica/insuficiente

5. Categoría: Enfoque de la información
Subcategorías:
 1. Enfoque positivo
 2. Enfoque negativo
 3. Enfoque neutral

6. Categoría: Uso de calificativos

Subcategoría:

1. Calificativos positivos
2. Calificativos negativos
3. Sin calificativos

7. Categoría: Uso de imágenes

Subcategoría:

1. Foto grupal, en entrenamiento, juego o acción
2. Foto retrato o única persona
3. No usa foto

8. Categoría: Tamaño de la noticia

Subcategoría: (tiempo en minutos/segundos para videos; número de párrafos para el diario): _____

Prueba de confiabilidad

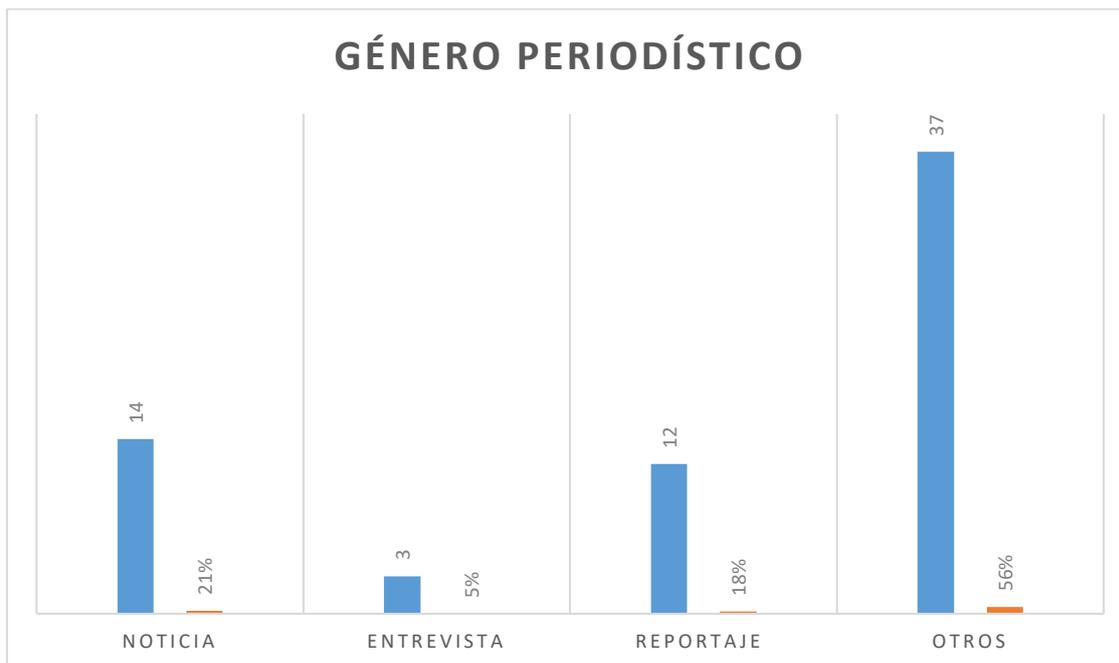
El proceso de análisis de contenido se desarrolló mediante una prueba de confiabilidad entre codificadores, de dos categorías planteadas en el libro de códigos: “tratamiento de la información” y “enfoque de la información”. Siguiendo la fórmula de (Igartua, 2006) ,en ambas categorías se obtuvo un coeficiente de 0.80, lo que indica que la prueba es de alta fiabilidad.

CAPÍTULO 3: RESULTADOS

Según los resultados del estudio, de las 66 unidades de análisis examinadas 37 unidades fueron del programa de televisión digital “Esto es Fútbol”, 29 unidades correspondieron a noticias de medios escritos: 10 de Diario “El Universo” y 19 de Diario “Primicias”.

Figura 1

Porcentaje del género periodístico

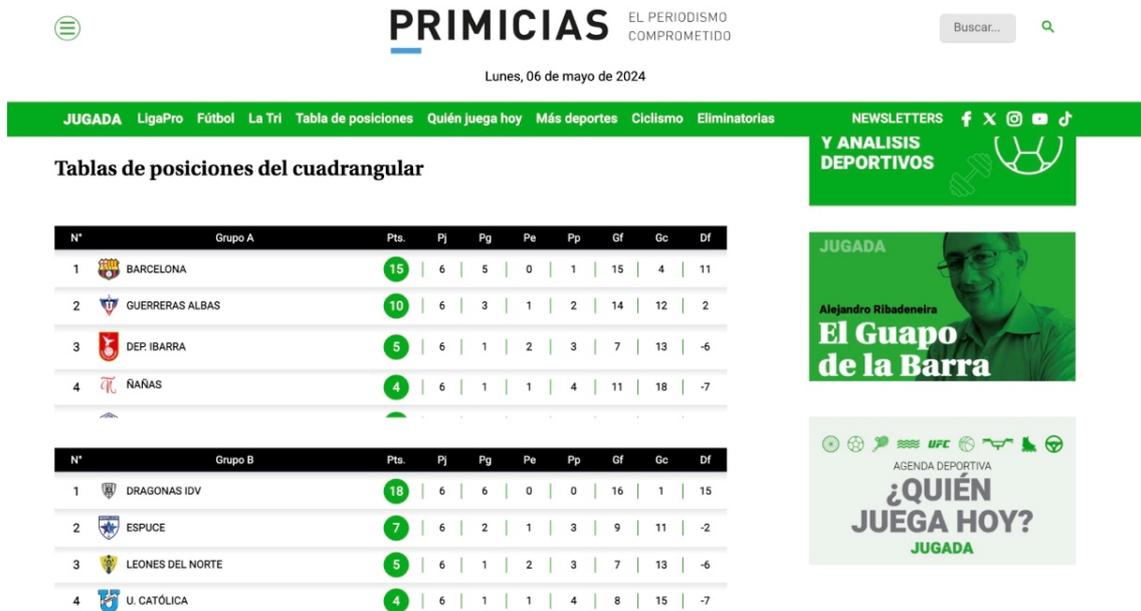


Es relevante destacar que el 56% de la categoría “Género Periodístico” equivale a la variable “otros”, es decir que presenta contenido en formato de TV digital, que corresponde al contenido presentado por “Esto es Fútbol”. Por otra parte, el 21% de las unidades analizadas corresponde al género periodístico de “noticia”, el 18% al género de “reportaje” y el 5% al género de “entrevista”.

En este sentido, el análisis demuestra que el género periodístico que más sobresale al momento de informar noticias de fútbol es el formato TV digital, seguido por noticias y reportaje.

Figura 2

Captura de pantalla de la noticia "Tabla de Posiciones" de diario Primicias



Fuente: Primicias, 2023

En la Figura 2 se observa que la información pertenece al género "noticia", dado que solo comparte la tabla de posiciones del cuadrangular final de la Superliga Femenina.

Figura 3

Porcentaje del tratamiento informativo



En este gráfico se puede observar que el 68% del contenido informado ha sido construido de manera calificativa/opinativa, tanto en medios tradicionales como digitales, que transmiten la información con un pensamiento propio de los periodistas. El 23% pertenece a la variable “información a detalle”, es decir que, se explica de manera minuciosa la información. Y, por último, el 9% de noticias pertenece a “Información Básica”, significa que solo informa datos básicos sobre una noticia o partido de fútbol.

Figura 4

Captura de pantalla de la noticia “Fútbol para la conservación” de diario Primicias



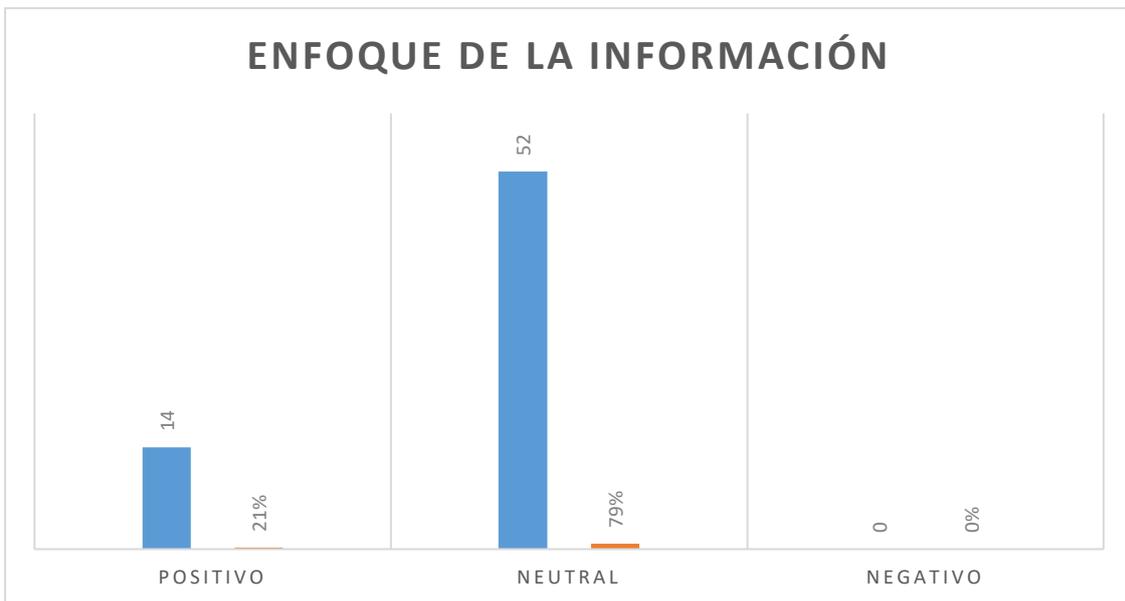
The screenshot shows the website 'PRIMICIAS' with the tagline 'EL PERIODISMO COMPROMETIDO'. The date is 'Lunes, 06 de mayo de 2024'. The main article is titled 'Fútbol para la conservación' and includes a sub-header 'Magno Norrís, símbolo de la comunidad Rapotín, junto a la científica Yolanda Sánchez, tras la firma del proyecto "Fútbol para la conservación". - Foto: Cortesía Mabel Velarde'. The article text states: '"Fútbol para la conservación" es un proyecto que inició este año con una serie de ideas entre científicos, biólogos y una exfutbolista ecuatoriana. Pero se firmó el 30 de julio. La exseleccionada tricolor, Mabel Velarde, se comunicó con los científicos Yolanda Chávez y Duan Biggs para materializar esta iniciativa en el país.' A bullet point reads: '• Trindade y García sí pueden jugar la LigaPro, a pesar de la suspensión'. The sidebar contains a 'confirmó! Lando Norris logra su primera victoria en la F1' and '¡Con un golazo de Kendry Páez! IDV ganó a Deportivo Cuenca'.

Fuente: Primicias, 2023

La Figura 3 evidencia el tratamiento informativo codificado como “información a detalle”. En este reportaje se puede observar que Primicias redacta este reportaje de manera detallada y minuciosa, cumple con dar respuesta al cómo, cuándo y dónde del tema principal (Fútbol para la conservación).

Figura 5

Porcentaje del enfoque de información



Se puede observar que el 79% de las noticias son de “Enfoque Neutral”, es decir, no presentan tendencias en la información. El 21% es de “Enfoque Positivo”, con contenido con calificaciones a favor de los equipos, o jugadoras. Se puede notar en el gráfico que no existe “Enfoque Negativo” al momento de informar.

Figura 6

Captura de pantalla de la noticia "Barcelona Campeón" de diario El Universo

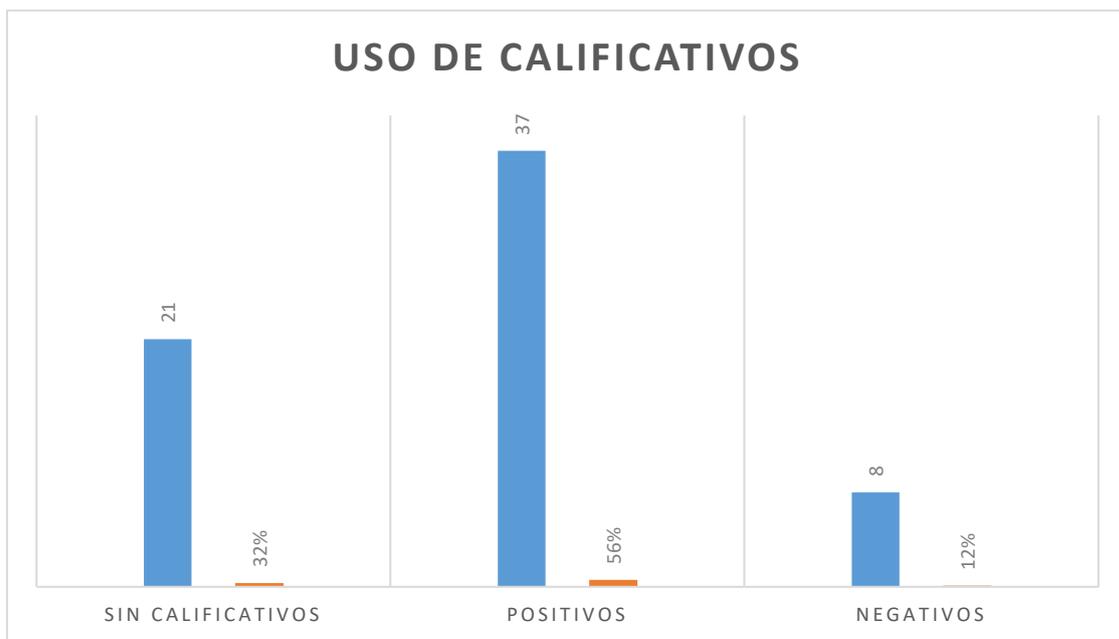


Fuente: El Universo, 2023

En la Figura 6 “El Universo” informa de una manera neutral, en ninguna parte de esta noticia informa de manera positiva o negativa, lo único que redacta es que BSC Femenino había quedado campeón de la Superliga Femenina.

Figura 7

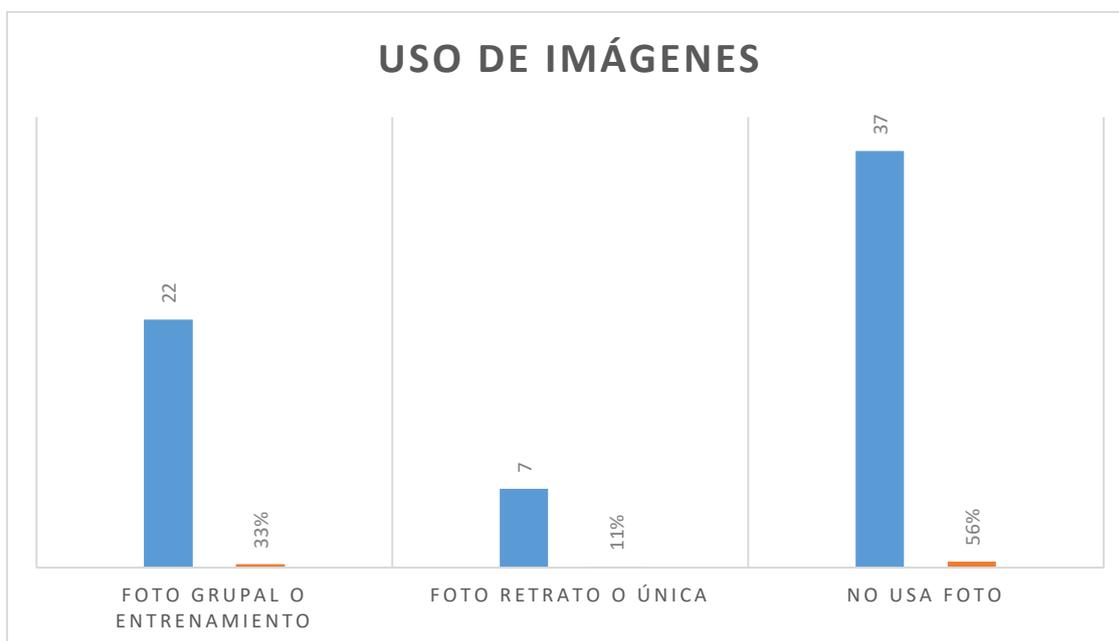
Porcentaje del uso de calificativos



Los resultados muestran que el 56% de las noticias se utilizan calificativos “positivos”, el 32% demuestra que las noticias son redactadas “sin calificativos” y el 12% de las noticias son redactadas de manera “negativa.

Figura 8

Porcentaje del uso de imágenes



Se puede resaltar que el 56% de las noticias “No usa foto”, el 33% de utiliza “foto grupal o de entrenamiento” y el 11% publica noticias con “foto retrato o única”. Es decir que, las noticias se redactan o se transmiten más sin fotos que con foto al momento de informar.

Figura 9

Captura de pantalla de la noticia "Barcelona Campeón" de diario Primicias

¡Suscríbete ahora por solo \$12 durante el primer año y disfruta de todos los beneficios de ser suscriptor!

SUSCRIBETE
TODO EL AÑO \$1

MENÚ EL UNIVERSO INICIAR SESIÓN

WhatsApp Twitter Facebook Messenger Email

Lo último en Deportes

Orense SC anuncia a Santiago Escobar como su nuevo director técnico

Así queda la tabla de posiciones con el triunfo de Emelec en la fecha 11 de la Liga Pro

“Tu revolución futbolera será eterna”: la despedida de Ubaldo Matildo Fillol al DT César Luis Menotti

Anuncios Go

Enviar comentario

¿Por qué este anuncio?

Lando Norr Miami y est la Fórmula

Dos penales triunfo ante

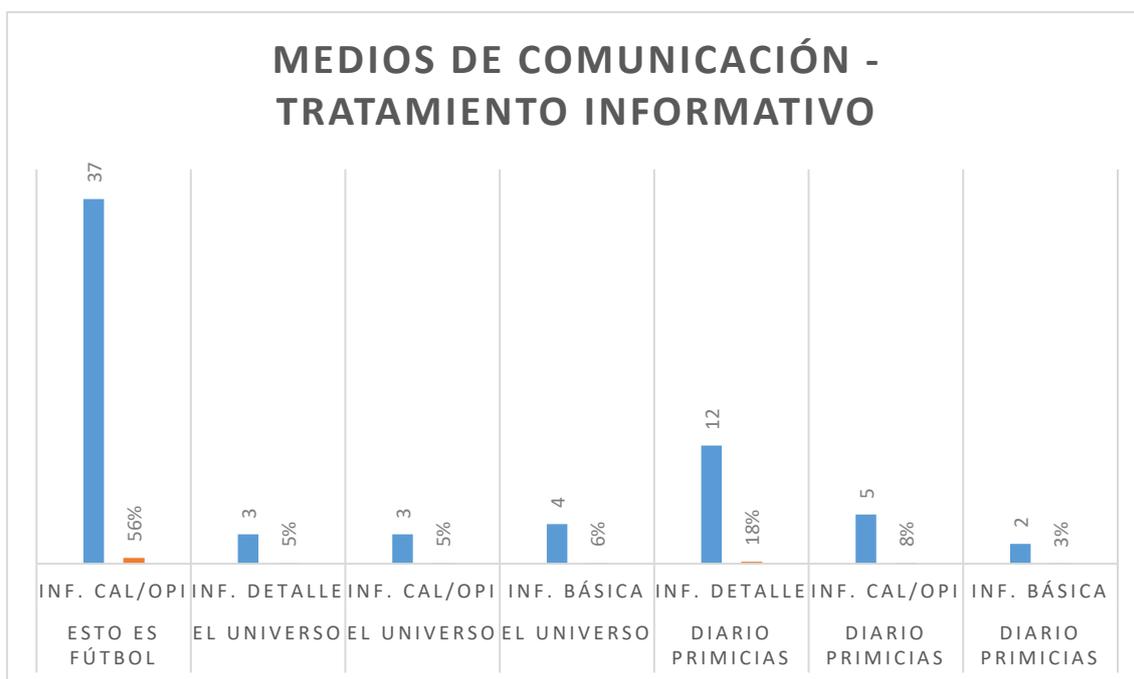
Barcelona SC llega a la Copa Libertadores Femenina como campeón de la Superliga. Este 2023, el cuadro torero marcará su debut absoluto en el torneo. Foto: Alfredo Cárdenas.

Fuente: *El Universo*, 2023

En la Figura 9, se puede observar que “El Universo” utiliza una foto grupal de BSC Femenino festejando el título de la Superliga Femenina 2023.

Figura 10

Porcentaje de tratamiento informativo en los medios tradicionales y digitales



Esta figura se desglosará por medios tradicionales y digitales para que se pueda analizar de mejor manera el tratamiento informativo: la primera figura en analizar será el medio digital “Esto es Fútbol” (36 noticias). La segunda figura, “Diario El Universo” (10 noticias), tercero la del “Diario Primicias” (18 noticias).

Esto es Fútbol: En el gráfico se puede observar que el medio digital perteneciente al canal de YouTube Marca 90, informa de manera calificativa/opinativa, esto es dado que, es un programa donde exponen netamente sus puntos de vista sobre algún suceso deportivo.

Diario El Universo: En el gráfico se resaltan tres porcentajes pertenecientes a este diario, la casilla 1 y 2 de este diario informa que un 5% de sus noticias informan de manera detallada y de manera calificativa/opinativa. Sin embargo, el casillero 3 informa que un 6% de sus noticias informar más de manera básica/insuficiente sobre el fútbol femenino.

Diario Primicias: Vale destacar que este medio tradicional informa de la siguiente manera sus noticias: 18% de manera detallada/minuciosa, 8% de manera calificativa/opinativa y 3% de manera básica/insuficiente.

Figura 11

Captura de pantalla de la noticia “Barcelona SC vs Dragonas IDV” de diario El Universo

The screenshot shows the website 'EL UNIVERSO' with a navigation menu and a subscription banner. The main article is titled 'Barcelona SC vs. Dragonas IDV: canales de TV y horarios para ver en vivo la final de la Superliga Femenina'. The sub-headline reads: 'Con el fin de promover a las hinchas a que asistan al estadio, la directiva de Barcelona indicó que este será un partido que tendrá libre acceso.' Below the text is a photo of two female soccer players in yellow jerseys embracing. To the right, there is an advertisement for Adobe Creative Cloud and a section titled 'Lo último en Deportes' with three news items: 'Orense SC anuncia a Santiago Escobar como su nuevo director técnico', 'Así queda la tabla de posiciones con el triunfo de Emelec en la fecha 11 de la Liga Pro', and '“Tu revolución futbolera será eterna”: la despedida de Ubaldo Matildo Fillo al DT César Luis'.

Fuente: El Universo, 2023

En la Figura 11, se puede observar que “El Universo” informa de manera detallada, dado que, el titular de la noticia informó por donde y a qué hora van a pasar la final de la Superliga Femenina.

Figura 12

Porcentaje de uso de calificativos en los medios tradicionales y digitales



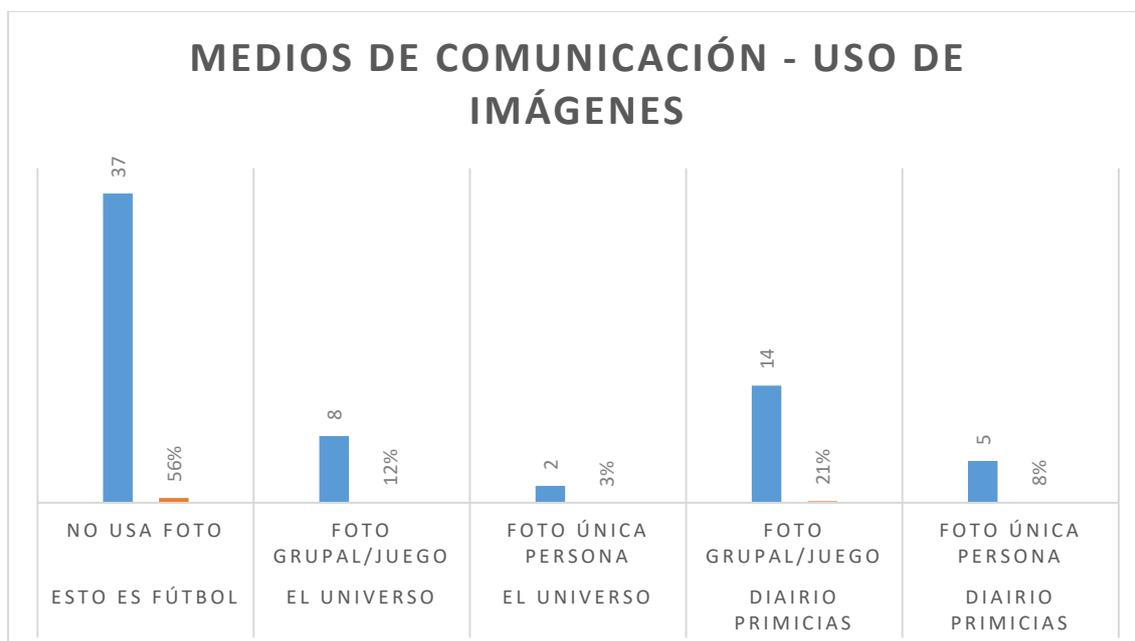
Esta figura se desglosará por medios tradicionales y digitales para que se pueda analizar de mejor manera el tratamiento informativo: la primera figura en analizar será el medio digital “Esto es Fútbol” (36 noticias). La segunda figura, “Diario El Universo” (10 noticias), tercero la del “Diario Primicias” (18 noticias).

En el Figura 8, el programa “Esto es Fútbol” realiza un 56% de sus programas “sin calificativos” directos o expresos en ataque a fútbol o futbolistas. En “El Universo” el 11% de las noticias se utilizan calificativos positivos, mientras que un 5% no utiliza calificativo alguno. En “Diario Primicias”, se puede observar que el 21% de sus noticias analizadas han utilizados calificativos positivos y un 8% de sus noticias sin calificativos.

Se puede concluir que los tres medios analizados no utilizan “calificativos negativos”, lo que significa que tanto los medios tradicionales y digitales informan de una manera adecuada, no tendenciosa.

Figura 13

Porcentaje de uso de imágenes en los medios tradicionales y digitales



En la gráfica se puede observar que el programa “Esto es Fútbol” no utiliza fotos en la mayoría de sus programas, vale resaltar que esto es dado a que, es un programa digital y por derechos de TV no pueden compartir imágenes.

En “El Universo” se puede resaltar que el 12% de las noticias analizadas utilizan al momento de informar fotos grupales o jugando y un 3% foto única, utilizan más fotos únicas al momento de redactar un reportaje de una futbolista de la Superliga Femenina.

En “Diario Primicias” es mayor el porcentaje en foto grupales (21%), mientras que, solo un 8% de sus noticias/entrevistas/reportajes utilizan foto única.

Se puede observar que los tanto El Universo como Diario Primicias utilizan más fotos al momento de informar, esto es dado que, son medios donde la información es redactada y publican sus propias fotos, por ende, no necesitan derechos de otro medio para poder publicarlas.

Figura 14

Captura de pantalla de la noticia "Del sueño al festejo" de diario Primicias

The screenshot shows the top of a news website. The header is yellow with the logo 'PRIMICIAS' and the tagline 'EL PERIODISMO COMPROMETIDO'. Below the header, there is a navigation menu with categories like 'Home', 'Lo Último', 'Política', 'Economía', 'Seguridad', 'Quito', 'Guayaquil', 'Jugada', 'Sociedad', 'Trending', 'Firmas', and 'Internacional'. A search bar is located at the bottom of the header. The main content area features a large headline: 'Del sueño al festejo: así se forjó la primera estrella femenina de Barcelona'. Below the headline is a short introductory paragraph: 'El histórico título de las 'Ídolas' no se consiguió de un día para otro. Fue el resultado de jugadoras que llevan años trabajando por este sueño, la llegada de la mejor directora técnica y el liderazgo de la leyenda del fútbol femenino. Así se formó al mejor equipo del Ecuador.' To the right of the main text is a sidebar titled 'LO ÚLTIMO' containing three news items: '01 Los fracasos de taquilla más estrepitosos de 2024 hasta ahora', '02 Dos penales le dan la victoria a Emelec frente a Universidad Católica', and '03 Los taxis se renuevan para un servicio cómodo y moderno'. Below the introductory paragraph is a large group photograph of the Barcelona SC women's football team celebrating with a trophy. The players are wearing dark jerseys with 'BARCELONA' and 'ÍDOLAS' visible. A banner in the background reads '¡VAMOS TODOS!'.

Fuente: Primicias, 2023

En la Figura 14, se puede observar que el Diario Primicias redacta este reportaje con una foto grupal del equipo femenino de Barcelona SC.

CAPÍTULO 4: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A nivel general, el fútbol femenino ha crecido en gran porcentaje, sin embargo, los resultados demuestran que aún el fútbol femenino tiene que evolucionar en muchos aspectos, sobre todo, el fútbol femenino ecuatoriano.

El fútbol femenino ecuatoriano ha crecido, aunque no al mismo ritmo que el masculino, y los estudios sugieren que los directores de noticias deberían exigir a sus periodistas dar más cobertura a este deporte. En este sentido, Torrijos (2014) destaca que Internet ha permitido a los periodistas innovar en la presentación de sus historias para satisfacer las exigencias del entorno digital y de una audiencia participativa. Este cambio estructural ha llevado al periodismo deportivo a incorporar nuevas herramientas tecnológicas y formatos renovados, convirtiéndose en un área innovadora y de emprendimiento. Al unir estas perspectivas, se puede justificar la falta de crecimiento en la cobertura del fútbol femenino ecuatoriano señalando que, aunque el entorno digital ofrece oportunidades para innovar y diversificar contenidos, los medios tradicionales aún dominan el panorama informativo. Por ello, es crucial que los directores de noticias tomen la iniciativa para equilibrar la cobertura entre el fútbol femenino y masculino, aprovechando las nuevas herramientas digitales para atraer y educar a una audiencia más amplia y diversa.

En lo que corresponde al análisis del contenido deportivo, se destaca la polaridad en la redacción de noticias analizadas, donde se observa que un 56% de estas se presentan con calificativos positivos, un 32% sin calificativos y un 12% con calificativos negativos. Esta observación resalta la importancia de la selección del lenguaje en la presentación de información sobre el fútbol femenino, donde el tono empleado puede influir en la percepción de la audiencia y la construcción de narrativas sobre las jugadoras y eventos relacionados.

Por otra parte, la discusión sobre la cobertura mediática del fútbol femenino se ve enriquecida la disparidad en el uso de imágenes entre diferentes programas y medios, lo que evidencia cómo el enfoque editorial puede influir en la presentación visual de la información. Mientras algunos medios, como "El Universo" y "Diario Primicias", muestran un compromiso con la representación visual a través del uso de fotos grupales e individuales en sus noticias, otros, como "Esto es Fútbol", se ven limitados por

restricciones de derechos de TV. Estos datos, se complementan con el análisis realizado por Vargas-Peña (2021), donde se resalta la falta de relevancia mediática percibida hacia el fútbol femenino, lo que plantea interrogantes sobre la influencia de la cobertura mediática en la percepción pública del deporte y si los medios están cumpliendo adecuadamente su función de promover la igualdad de género en el deporte. En este contexto, se evidencian desafíos, como la invisibilización del fútbol femenino en los medios tradicionales, pero también oportunidades para mejorar la representación a través de estrategias que superen las barreras existentes y promuevan la diversidad e inclusión en la cobertura deportiva, aprovechando las plataformas digitales para ampliar la visibilidad de las jugadoras y equipos femeninos.

Finalmente, los resultados obtenidos en esta investigación evidencian una diferencia entre la cobertura periodística y el tratamiento de la información. En el tratamiento de la información, se evidenció que el periodismo deportivo emite una información mayoritariamente con un tratamiento neutral, sin embargo, en lo que corresponde a la cobertura, se evidenció una clara tendencia hacia el fútbol masculino, sobre todo en el programa “Esto es Fútbol”, donde su tema principal es el fútbol, sin embargo, no dan tanto espacio al fútbol nacional femenino. En este sentido, centrándose en el análisis del tratamiento informativo del fútbol en medios tradicionales y digitales, y los resultados obtenidos por Peña & Sánchez (2020), que exploran las percepciones sobre la feminidad en el contexto del fútbol femenino, revela una divergencia entre la representación mediática neutral de las futbolistas y las percepciones arraigadas en estereotipos de género en ciertas comunidades lo que sugieren que persisten concepciones limitadas sobre el impacto de jugar fútbol en la feminidad de las mujeres, especialmente en entornos culturalmente influenciados por tradiciones machistas. Esta discrepancia destaca la importancia continua de promover la igualdad de género en el deporte a través de representaciones inclusivas en los medios y programas de sensibilización para abordar percepciones y actitudes arraigadas en la sociedad.

A modo de conclusión, esta investigación sí ha cumplido con el objetivo general y específico, al analizar la relevancia del fútbol femenino ecuatoriano en la prensa deportiva ecuatoriana, dando respuesta la pregunta de investigación, evidenciando que el fútbol femenino está presente en los medios de comunicación de formato escritos ecuatorianos. Sin embargo, se mantiene una mayor ponderancia de contenido relacionado a fútbol masculino. sobre todo, llama la atención del caso “Esto es Fútbol”, dado que, siendo uno

de los programas digitales más vistos del Ecuador no toman en cuenta en ningún momento sobre fútbol femenino.

Por otra parte, la Superliga Femenina debería manejarse con mayor promoción y estrategias de difusión, hoy en día los clubes de fútbol femenino deberían realizar campañas de comunicación efectiva, para que así, puedan llegar de una manera adecuada al hincha como al periodista. que cada club de fútbol femenino tenga su propia relacionista pública o jefe de prensa, para que así haya ruedas de prensa con los medios (tradicionales y digitales), publiquen a diario información del club, que den apertura a los medios a entrenamientos de fútbol, en fin.

Establecer un vínculo más eficaz con los medios del ecuador, establecer horarios para que los hinchas puedan observar o ver por TV los partidos. Se sugiere que en próximas investigaciones se investigue la evolución del fútbol femenino ecuatoriano en medios digitales, ya que las nuevas audiencias se han movilizadas a estos canales digitales, por lo que resulta interesante analizar cómo se muestran noticias de futbol en estos canales o audiencias.

REFERENCIAS

- Aliendre Morel, C. R., & Mcontrera, M. (2019). La discriminación de género en el deporte. El caso del futbol femenino. *ScientiAmericana*, 6(2), 81–90.
- Alvarado, M., & Fonseca, J. (2013). *FÚTBOL FEMENINO EN COLOMBIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN - PDF Free Download*. <https://docplayer.es/15187916-Futbol-femenino-en-colombia-y-medios-de-comunicacion.html>
- Alvarez Litke, M. (2020). “Me paro en la cancha como en la vida”: Un análisis del fútbol feminista en la Villa 31 desde las teorías de género. *Zona Franca*, 28, 79–104. <https://doi.org/10.35305/zf.vi28.163>
- Boyle, R. (2006). *Sports Journalism: Context and Issues*. <https://doi.org/10.4135/9781446247181>
- Chávez, A. (2019). *MAPEO DE MEDIOS DEPORTIVOS EN ECUADOR. DE LO TRADICIONAL A LO DIGITAL*.
- Comercio, G. E. (2014). *Nueva Emisora Central cerró sus servicios de información deportiva*. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/deportes/futbol/nueva-emisora-central-cerro-servicios.html>
- Figuroa, D. (2023). Superliga femenina: Un torneo que avanza a cuentagotas. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/jugada/superliga-femenina-ecuador-progreso/>
- Gehrke, M., Lizarazo, N., Noboa, P., Olmos, D., & Pieper, O. (2016). *Panorama de los medios en Ecuador. Sistema informativo y actores implicados*.
- Gutiérrez, M. (2015). *Representación de la mujer ecuatoriana en el ámbito deportivo: Mundial de fútbol femenino Canadá 2015*.
- Hijos, M. (2020). Todos los cuerpos, una misma cancha: Gambeteando la hegemonía masculina desde un fútbol femenino y disidente. *Bordes*, 15, 241–249.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación* (1. ed). Bosch.

- Lopez, A. (2012). *Periodismo Deportivo I: Cuaderno de Cátedra*. Ediciones de Periodismo y Comunicación (EPC).
<https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/book/1437>
- Manfredi Sánchez, J. L., Rojas Torrijos, J. L., & Herranz De La Casa, J. M. (2015). Periodismo emprendedor: El periodismo deportivo en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 69–90. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1035>
- Mujika-Alberdi, A., García-Arrizabalaga, I., Gibaja-Martíns, J. J., Mujika-Alberdi, A., García-Arrizabalaga, I., & Gibaja-Martíns, J. J. (2021). Mujeres deportistas: Poca visibilidad y mucho estereotipo. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 21(3), 269–283.
- Nieto Aguilar, W. G. (2019). EL FÚTBOL, LA PASIÓN QUE MUERE LENTAMENTE EN ECUADOR. *Economía y Negocios*, 10(1), 88–99.
<https://doi.org/10.29019/eyn.v10i1.538>
- Peña, M. C. V., & Sánchez, O. N. (2020). Mujer, fútbol e inequidad. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(Esp.11), 333–348.
- Pujol, A. (Ed.). (2019). *¡Qué jugadora! Un siglo de fútbol femenino en la Argentina* (1a edición). Ariel.
- Rodríguez Sarzosa, K. S. (2018). *Situación actual del fútbol femenino en el Ecuador* [bachelorThesis, Quito: Universidad de las Américas, 2018].
<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/10028>
- Rojas-Torrijos, J. L. (2014). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. <https://idus.us.es/handle/11441/68618>
- Rojas-Torrijos, J. L. (2018). *La estrategia digital de internacionalización de Marca en Latinoamérica. Estudio de caso de MARCA Claro en México*.
<https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A7>

- Romero Bejarano, H. J. (2014). Horizontes educativos del deporte en los medios. *Ambitos: Revista internacional de comunicación*, 25, 120–121.
- Romero de la Marta, A. (2019). *El auge del deporte femenino y su repercusión en los medios de comunicación*. <https://idus.us.es/handle/11441/91422>
- Rosero Pedreros, L. M. (2015). *Trayectoria del fútbol femenino en Colombia*. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/entities/publication/6c0eda01-9450-41fa-bace-5be86bc2e0d3>
- Ruiz Patiño, J. H. (2011). FÚTBOL FEMENINO: ¿RUPTURAS O RESISTENCIAS? *Lúdica Pedagógica*, 2(16). <https://doi.org/10.17227/ludica.num16-1355>
- Torradeñot Estevez, Q., & Solanellas Donato, F. (2021). Análisis sobre la situación del fútbol femenino de base. El caso de la comarca del Berguedà (Analysis of the situation of women's grassroots football. The case of the Berguedà region). *Retos*, 43, 406–414. <https://doi.org/10.47197/retos.v43i0.88486>
- Torrijos, J. L. R. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & análisis*, 4, Article 4. <https://doi.org/10.24265/cian.2014.n4.09>
- Vargas-Peña, M. C. (2021). Realidad social y cultural de la práctica del fútbol femenino en la ciudad de Tunja. *Pensamiento y Acción*, 30, Article 30. <https://doi.org/10.19053/01201190.n30.2021.12124>
- Vázquez Gómez, B. (2002). La mujer en ámbitos competitivos: El ámbito deportivo. *Faisca: revista de altas capacidades*, 9, 56–69.