



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Tema:

**Evolución mediática en procesos de cobertura periodística en la SuperLiga
Femenina en Ecuador.**

AUTOR:

Angie Dayana Salazar Moyano

TUTOR:

Byron Orlando Naranjo Gamboa

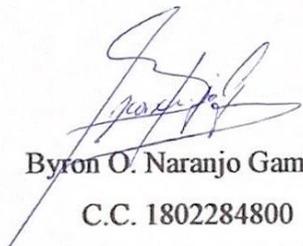
Ambato – Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del trabajo de investigación del tema: **“EVOLUCIÓN MEDIÁTICA EN PROCESOS DE COBERTURA PERIODÍSTICA EN LA SUPERLIGA FEMENINA EN ECUADOR”**, de la estudiante Angie Dayana Salazar Moyano, egresada de la Carrera de Comunicación, de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a evaluación del tribunal de grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 07 de febrero de 2023



Byron O. Naranjo Gamboa

C.C. 1802284800

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Angie Dayana Salazar Moyano en calidad de autor del trabajo de investigación elaborado acerca de la **“EVOLUCIÓN MEDIÁTICA EN PROCESOS DE COBERTURA PERIODÍSTICA EN LA SUPERLIGA FEMENINA EN ECUADOR.”** Por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, hacer uso de los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas con objetivo académico o investigativo.

Ambato, 07 de febrero de 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Angie Salazar', is written over a horizontal dotted line.

EL AUTOR

Angie Dayana Salazar Moyano

CI: 1804477881

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga uso de esta tesis o parte de ella, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas que dicta la institución.

Cedo los derechos en líneas patrimoniales de mi tesis con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, siempre y cuando dicha reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 07 de febrero de 2023



EL AUTOR

Angie Dayana Salazar Moyano

CI: 1804477881

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: **“EVOLUCIÓN MEDIÁTICA EN PROCESOS DE COBERTURA PERIODÍSTICA EN LA SUPERLIGA FEMENINA EN ECUADOR”**, presentado por la señorita Angie Dayana Salazar Moyano, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato,.....2023

Para constancia firman:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

AGRADECIMIENTO

Tras observar la investigación realizada, únicamente tengo palabras de agradecimiento y regocijo.

Gracias a Dios por permitirme dar un nuevo paso en mi vida, por guiarme y nunca dejarme sola aún en los momentos difíciles.

A mis padres, Ana y Silvio, por siempre apoyarme y aconsejarme en cada decisión, pues, sin ellas, no estaría aquí. Y mi hermana Jéssica, mi otra mitad, quien con su amor ha sabido guiarme y corregirme para formar a la mujer que quiero ser.

A Thommy, mi compañero en este viaje que no me abandonó nunca, y como no, a mis mejores personas, Jean Pierre, Romina, Dayana y Cynthia.

A la Universidad y mis docentes, en especial a Byron Naranjo que contribuye cada día, sembrando en mí, conocimiento y sabiduría para ser una profesional, preparada, respetuosa y pasional.

¡Gracias siempre!

DEDICATORIA

El Covid-19 me enseñó que en un abrir y cerrar de ojos podemos perder a quién más amamos. Es por eso, que mi esfuerzo y entrega universitaria se la dedico a toda mi familia, porque nunca faltó el amor, la unión y la comprensión.

En los momentos más difíciles, siempre estuvo el calor de padre, madre y hermana para mantener viva la esperanza en días mejores para el mundo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO 1	1
1.1 Antecedentes de la Investigación	1
1.2 Hipótesis	9
1.3 Fundamentación Teórica	9
1.3.1 El deporte	9
1.3.2 El deporte contemporáneo y ¿cuáles son?	10
1.3.3 Fútbol	11
1.3.4 Fútbol masculino	14
1.3.5 Fútbol femenino	15
1.3.6 Primeros pasos del fútbol femenino en el Ecuador	15
1.3.7 Medios de comunicación y el deporte	16
1.3.8 Periodismo deportivo en Ecuador	17
1.3.9 Coberturas periodísticas en el fútbol femenino (primera transmisión y medios que siguen el torneo)	19
1.3.10 El trabajo periodístico en la Súper Liga Femenina	20
1.4 Objetivos	21
1.4.1 Objetivo General	21
1.4.2 Objetivos Específicos	21
CAPÍTULO II	23
2.1 Materiales	23
2.2 Métodos	23
CAPÍTULO III	26

3.1 Análisis y discusión de resultados	26
3.1.1 Matriz de entrevistados	26
3.1.2 Resultados de las encuestas	40
3.2 Verificación de Hipótesis	47
CAPÍTULO IV	48
4.1 Conclusiones:	48
4.2 Recomendaciones:	49
C. MATERIALES DE REFERENCIA	50
Referencias Bibliográficas	50
Anexos	54

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estado del Arte.....	1
Tabla 2 Elementos del fútbol	12
Tabla 3 Entrevista Periodistas.....	26
Tabla 4 Entrevista figuras del fútbol femenino.....	34

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Club	40
Gráfico 2 – Calificación Súper Liga Femenina.....	41
Gráfico 3 – Fútbol Femenino en medios de comunicación.....	42
Gráfico 4 – Evolución de la Súper Liga Femenina.....	43
Gráfico 5 – Medios de difusión.....	45
Gráfico 6 – Visibilización de la Súper Liga Femenina	46
Gráfico 7 – Temática	47

RESUMEN

Al igual que otras profesiones, la comunicación y el periodismo deportivo ecuatoriano se han adaptado a la era moderna, la digitalización y más aspectos presentes en la cotidianidad de nuestro país; mismas que han obligado a expandir el contenido deportivo por todo nuestro territorio debido en gran parte a su rápido, fácil y extraordinario método de acceso; dichas facilidades dieron apertura a nuevas disciplinas en el contexto mediático, una de las principales es el torneo oficial de fútbol femenino ecuatoriano, denominado SuperLiga Femenina (de aquí en adelante utilizaremos la versión gramatical correcta: Súper Liga Femenina) uno de los más beneficiados por todo lo antes mencionado. El presente proyecto de investigación indaga respecto a la evolución que ha tenido la cobertura periodística de la Súper Liga Femenina desde sus inicios en 2019, posee como objetivo el determinar mediante encuestas y entrevistas a quienes han sido protagonistas, cuáles son los medios de comunicación que más apertura y difusión tienen en el torneo nacional y cuáles son los principales beneficios que las futbolistas podrían contar con el incremento de expansión mediática.

Palabras clave: Fútbol femenino, medios digitales, medios tradicionales, cobertura periodística.

ABSTRACT

As with other professions, Ecuadorian communication and sports journalism have adapted to the modern era, digitalization and other aspects present in the daily life of our country, which have forced the expansion of sports content throughout our territory due in large part to its fast, easy and extraordinary method of access; these facilities also opened new disciplines in the media context, being the official Ecuadorian women's soccer tournament, called SuperLiga Femenina (from here on we will use the grammatically correct version: Súper Liga Femenina), one of the most benefited by all of the above. This research project investigates the evolution of the journalistic coverage of the Súper Liga Femenina since its inception in 2019, its objective is to determine through surveys and interviews with those who have been protagonists, which are the media that have more openness and diffusion in the national tournament and what are the main benefits that the players could have with the increased media expansion.

Keywords: Women's soccer, digital media, traditional media, journalistic coverage.

CAPÍTULO 1

1.1 Antecedentes de la Investigación

La presente investigación recolecta trabajos realizados referentes al fútbol femenino, torneos de fútbol en Ecuador y la cobertura periodística. Se validó tesis de pre y post grado, pues es necesario tener información y datos desde diferentes puntos de vista. A continuación se detalla:

Tabla 1 Estado del Arte

AUTOR	AÑO	TÍTULO	INSTITUCIÓN	TIPO DE TESIS	APORTE	LINK
Quiroa, Andrea Karina	2018	Fútbol femenino y relaciones de género en la Liga Parroquial de La Floresta	FLACSO	Tesis de maestría	Observar la función del fútbol, como una vía para la implementación de un sistema de género normado. Dentro del cual fue posible observar desde las prácticas de mujeres y hombres en el fútbol, cómo se reproducían tales normas o se retaban, dando paso a nuevas prácticas de género.	http://repositorio.flacsoandes.edu.ec:8080/bitstream/10469/13583/14/TFL_ACSO-2018AKQ.pdf
Borja Borja, Karina Alexandra del Carmen	2016	La lucha silenciosa de las mujeres en las Ligas Barriales de Quito-Ecuador	Pontificia Universidad Católica del Ecuador	Revista de Investigación y Divulgación sobre los Estudios de Género	Visualizar el significado que tiene para ellas la conquista de un tiempo y un espacio para jugar en un entramado social marcado por el machismo. Se pretende reflexionar desde una posición de género para	http://bvirtual.ucol.mx/descargables/431_generos_18-24-45.pdf http://pucedspace.puce.edu.ec/handle/23000/4817

					encontrar los mecanismos que sustentan y proyectan estas prácticas que repercuten negativamente en la construcción de relaciones de igualdad.	
Bailón Sánchez Carlos Luis Moncada Romero Pedro Fernando	2022	Espacio de coberturas periodísticas de Radio Morena y Unión Radio para la difusión del fútbol femenino ecuatoriano	UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	<u>Tesis - Periodismo</u>	El fútbol femenino ha evolucionado, pero necesita de más apoyo para lograr aumentar su audiencia y, así concatenar con los medios de comunicación tradicionales para lograr un equilibrio entre la difusión del fútbol femenino y el masculino.	http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5304/1/T-ULVR-4297.pdf
<u>Paucar</u> <u>Cuenca,</u> <u>Edison</u> <u>Fernando</u>	2021	El fútbol femenino en Ecuador análisis de su desarrollo desde las voces de sus protagonistas y la actualidad de su cobertura mediática	Universidad Técnica Particular de Loja	Tesis Pregrado	El fútbol femenino en Ecuador ganó espacio en los últimos años, pero siguió encontrando obstáculos en su camino como la falta de difusión en medios de comunicación y la lucha contra el machismo del fútbol nacional. El presente trabajo se desarrolló con el objetivo de recopilar el testimonio de jugadoras y entrenadoras que ayudaron a la evolución del	http://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/28360

					fútbol de mujeres y cosecharon pequeños triunfos a lo largo de su historia, reconociendo los cambios entre generación.	
<u>Olaya Caballero, Geovanny Steven; Rivera Chica, María Ángeles</u>	2020	Estudio comparativo de la cobertura mediática al fútbol femenino en el medio radial “Caravana” 750 am y el programa de instagram “Futgoolec”	Repositorio Universidad Laica Vicente Rocafuerte	Tesis Pregrado	el futbol femenino ha tenido un auge importante en la actualidad y ello se ve reflejado en el hecho que ya programas de futbol masculino tienen secciones donde se habla de lo más resaltante del futbol femenino, de los partidos más importantes a disputarse, pero también hay que reconocer que a pesar de este auge todavía el futbol femenino está muy distante de los niveles de audiencia del futbol masculino	https://rraae.cedia.edu.ec/Record/ULVR_ed1faa00e97ea1386f101c0706de8289
Moreira Burgos, Ligia Elena	2018	Análisis de la difusión de contenidos informativos de fútbol femenino publicados en	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	<u>Trabajos de Titulación</u>	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	http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11497/1/T-UCSG-PRE-FIL-CCS-202.pdf

		portales digitales de radios deportivas de Ecuador			mínimo en estos medios de comunicación.	
--	--	--	--	--	--	--

El fútbol femenino en Ecuador no puede presumir tantos años de vida como lo tiene el masculino, y las razones siguen siendo las mismas, temporada tras temporada, aunque en los últimos años, el balompié femenino marcó el inicio de un largo camino visibilizado por actores mediáticos en gran parte, y terceras personas en la esfera deportiva.

En la FLACSO Ecuador (Quiroa, 2018), realizó un estudio en la Liga Parroquial La Floresta en Quito mediante la observación y metodología comparativa con la finalidad de entender desde experiencias propias cómo se desarrolla, vive y cuestiona el practicar este deporte. Sus resultados parten del factor de la masculinidad, siendo este, el punto base que permite dar discusión a diversas aristas. Quiroa entiende que el fútbol aparte de ser un deporte es entretenimiento, sin embargo, lo cuestiona desde el punto de vista de construcciones de género, en donde la esencia verdadera del balompié femenino está opacada por nociones masculinas.

Su aporte se centra en la importancia de visibilizar y brindar oportunidades, espacios seguros, equipados y respaldo desde el día uno. Es indiscutible que la principal razón por la que la mayor parte de féminas practica este deporte es por referencia masculina, familiar o social, sin embargo, lo que, si es tema de debate, es normalizar el rol de la mujer como aprendiz, siendo la única opción.

La Liga Parroquial La Floresta, como manifiesta Quiroa, se debe a la participación masculina y femenina en torneos de fútbol cada año. La edad, situación económica y estado civil no han sido impedimentos para que varias mujeres jueguen al fútbol. No es secreto que varios equipos de la Súper Liga Femenina prefieren dar oportunidades a jugadoras de ligas barriales. Por tal motivo, la visibilidad en este ámbito juega un papel fundamental.

Por otro lado, quedó claro que las ligas barriales son imprescindibles para levantar la voz de las jugadoras sobre su trato en las campañas deportivas, no solo como visibilizar su existencia y desarrollo, sino también, para reclamar espacios, derechos, coberturas periodísticas y prácticas de igualdad.

Borja en el año (2016) realizó una investigación donde también brinda importancia a las ligas barriales como base de preparación a un fútbol mejor valorado.

“Lucha silenciosa de las mujeres en las ligas barriales de Quito-Ecuador”, trabajo de investigación que planteaba como objetivo el conocer personalmente el trato y vivencias de mujeres futbolistas (en ligas barriales) con respecto a las diferencias de género, siendo éste la principal problemática que ha obstaculizado el espacio de ellas en este deporte.

Tras conocer en primera persona las versiones de las féminas, dirigentes, entrenadores e hinchada, Borja llegó al resultado de que la constante participación de mujeres en torneos barriales marcó un antes y un después en la percepción de quienes consumen este deporte, no obstante, el apoyo y reconocimiento a su trabajo transcurre a paso lento.

Borja, hace referencia al término *“lucha silenciosa”* porque hasta la actualidad una mujer debe cumplir con sus roles de madre, esposa y cuidadora de hogar, y los intereses y gustos personales como jugar al fútbol, se quedan en segundo plano.

La contribución de la investigación se enmarca en la aceptación que va adquiriendo la sociedad sobre la participación de la mujer en deportes que erróneamente se creía que solamente eran para hombres. A más de la apertura a las mujeres en campeonatos y ligas barriales, se han definido espacios en donde puedan desarrollar sus actividades de entrenamiento y preparación para futuras oportunidades en el balompié femenino.

Bailón y Moncada (2022) realizaron un estudio sobre la difusión del fútbol femenino y la participación de los medios de comunicación en la ciudad de Guayaquil.

Esta investigación tuvo un enfoque cualitativo que permitió conocer y describir cómo se llevaban a cabo las coberturas periodísticas en los medios radiales principalmente, Radio Morena Y Unión Radio. Sus herramientas de recolección de datos fueron las entrevistas semiestructuradas y las encuestas, las mismas que permitieron llegar a la conclusión de la poca rentabilidad que tiene el fútbol femenino si lo ponemos en una balanza con el masculino.

Los medios de comunicación son indispensables para la difusión de los eventos deportivos y a pesar de que se trata de fútbol, las mujeres no tienen la cobertura mediática que se debería tener.

Su aporte se fundamenta en la evolución de la tecnología y por ende, la facilidad de llegar a la información deportiva femenina de una mejor manera, sin necesidad de los tradicionales medios de comunicación. No obstante, dichos medios continúan siendo la fuente principal de información del pueblo ecuatoriano.

Una de las principales alternativas y el comienzo de un cambio en la parrilla radial, son cápsulas y cortos espacios informativos de alto interés del fútbol femenino, en primera instancia, para llamar la atención y segundo para ir sembrando en el oyente la idea del balompié femenino ecuatoriano.

Otra relevante investigación, fue realizada por Paucar (2021) y su tema de *“El fútbol femenino en Ecuador, análisis de su desarrollo desde las voces de sus protagonistas y la actualidad de su cobertura mediática”* donde en su objetivo planteó comparar y analizar el torneo femenino nacional en todas sus ediciones. Utilizó un método cualitativo, lo que le permitió recolectar datos mediante encuestas y entrevistas con los actores principales, tales son: jugadoras, dirigentes y medios de comunicación.

Dentro de las conclusiones, se obtuvo que el machismo y la falta de apoyo son las causas predominantes de que el fútbol femenino permanezca estancado en la idea de evolución. Como se mencionó anteriormente, el fútbol barrial ha sido la única vía de desarrollo futbolístico femenino, pues en el Ecuador, las escuelas formativas femeninas no sobresalen.

Las recomendaciones que genera Paucar son muy valiosas y valederas en el contexto. Como formato de fútbol femenino se necesita establecer un calendario firme y justo para los equipos participantes. Asimismo, incentivar a los medios de comunicación a asistir y cubrir dichos compromisos en todas sus etapas y no solo dar preferencia a las fases finales.

Olaya y Rivera (2020) en su trabajo de titulación *“Estudio comparativo de la cobertura mediática al fútbol femenino en el medio radial “Caravana” 750 am y el programa de instagram “Futgoolec”* plantearon un principal objetivo de analizar la importancia que brindan los medios de comunicación en la ciudad de Guayaquil al fútbol femenino, para ser específicos, Radio Caravana y el medio digital Futgoolec.

Se llevó a cabo mediante revisión bibliográfica y documental, lo que permitió interpretar, analizar y describir la información receptada. Entre las principales

novedades que contribuyen en esta investigación se refleja en que ambos medios de difusión tienen interés por informar sobre el fútbol femenino, entendiendo que en menor proporción con el masculino, sin embargo, tienen esa preocupación por difundir las noticias más relevantes de la Súper Liga Femenina.

Es necesario y fundamental comprender que el balompié femenino ya no se considera como un pasatiempo o distracción, pues, actualmente se trabaja para llegar a una disciplina seria y con carácter profesional. Asimismo, la responsabilidad de su evolución recae sobre todos sus actores, siendo los medios de comunicación las principales vías para que este desarrollo suceda.

Por tanto, la sociedad tiene una idea más clara del formato del torneo femenino nacional gracias a los espacios informativos que dichos medios de comunicación dedicaron. Aun así, es muy prematuro catalogar “rentable” al fútbol, donde las mujeres son las protagonistas.

Simultáneamente (Moreira, 2018) en su investigación “Análisis de la difusión de contenidos informativos de fútbol femenino publicados en portales digitales de radios deportivas de Ecuador” exploró y detalló el formato de difusión de noticias y espacios deportivos que se manejaba en dos radios nacionales como Radio Huancavilca con su matriz en Guayaquil y Radio La Red en Quito.

Moreira combinó un proceso cualitativo y cuantitativo lo que le permitió recopilar datos e información desde el 2013 (año de la primera publicación de fútbol femenino en esfera digital) hasta el 2018. Al desarrollar lo expuesto, pudo concluir que a pesar de que ambos medios de comunicación han brindado importancia a la difusión de notas del balompié femenino en la web, no se ha cumplido las expectativas de hacerlo un hábito o costumbre. Por lo que, se puede deducir que el interés por difundir las novedades de la participación femenina en Ecuador existe, sin embargo, es un proceso y como tal, apenas está dando sus primeros pasos.

Otro de los resultados que genera preocupación es la desinformación y falta de preparación de los periodistas deportivos. Moreira especifica que no solo hay estas fallas con la información en el fútbol femenino, sino en otros deportes tan aclamados como el tenis, ciclismo, básquet, entre otros. Lo cual, se determina en una problemática desde la raíz.

Por último, en el trabajo investigativo recomienda hacerse parte del proceso de difusión. La responsabilidad no solo está en quienes se encuentran detrás de un micrófono, sino también de quien organiza, estipula y quien pone en pie los campeonatos. De quien representa y respalda los clubes y a las propias deportistas. Y de quien esté dispuesto a apoyarlas.

Los medios de comunicación cumplen una función primordial en la difusión de contenidos deportivos. Para ejemplificar, son los primeros en investigar, descifrar y difundir la noticia, por ende, su audiencia casi siempre confiará en la información brindada por los mismos. No obstante, la difusión de noticias deportivas y coberturas periodísticas no basta para definir un “apoyo al balompié femenino”, pues un soporte totalitario va mucho más allá de las suposiciones.

Es claro reconocer que con el paso del tiempo y la evolución de la tecnología varios métodos de comunicación también han crecido, sin embargo, en el deporte rey como es el fútbol, se necesitan muchas más herramientas para difundirlo. Asimismo, las mujeres deportistas en Ecuador y en el mundo han sobrellevado varios estigmas sobre sus capacidades.

1.2 Hipótesis

La evolución mediática es incipiente en los procesos de cobertura periodística en la Súper Liga Femenina en Ecuador.

1.3 Fundamentación Teórica

1.3.1 El deporte

Se conoce como deporte a la actividad que pone en práctica lo aprendido por el individuo en el marco de una competición, evalúa su desempeño en relación de sí mismo y de los otros, se ejecuta con base a normas acordadas y aprobadas por quienes participan en la actividad e integra acciones de preparación para determinar y optimizar el rendimiento de las destrezas a nivel físico, tales como la rapidez, resistencias, la velocidad, la flexibilidad y fuerza (Ortiz, 2013).

Se caracteriza por exigir una labor netamente física, aunque en algunos casos también requiere de la habilidad intelectual, elementalmente codificada, de competencia y delimitada por reglamentos. Además, puede efectuarse de manera colectiva o

individual con el fin de alcanzar técnicas de motricidad cada vez más especializadas (Ortiz, 2013).

Entre los deportes más conocidos están: el baloncesto, el fútbol, el atletismo, la gimnasia, la halterofilia, defensa personal, entre otros. Por lo general, la palabra deporte suele confundirse con actividad física por lo cual es imprescindible aclarar que estos términos difieren en que el primero es de naturaleza competitiva mientras que el segundo únicamente es una práctica (Ortiz, 2013).

Asimismo, Ortiz (2013) indica que el deporte se clasifica de acuerdo a su propósito, de modo que se tiene la siguiente taxonomía:

- Aventura: para afrontar retos.
- Lúdico: para entrenar.
- Recuperación de fuerza perdida: para el disfrute de la acción física.
- Competitivo: para ganar una competencia.
- Salud: para optimizar el estilo de vida.
- Estético: para mejorar la apariencia física.
- Extremo: para arribar a los límites de los posible.

1.3.2 El deporte contemporáneo y ¿cuáles son?

Para hablar sobre el deporte contemporáneo resulta importante partir de su origen, es decir, remontarse hasta los tiempos de la Edad Media, en la cual se consideró como deporte al ejercicio que se basaba en el entrenamiento de los ciudadanos para el combate, sin embargo, en la actualidad, se lo postula como un recurso de educación enfocada a la formación de seres aptos para vincularse y mejorar la sociedad (Cortina, 2008).

Hoy en día, el deporte es visto como un medio de gran valor, el cual se emplea para la canalización del tiempo libre y de ocio, como un mecanismo pedagógico y como un hecho social trascendental. En este sentido, se registra que el auge del deporte moderno se dio en el siglo XIX, en el cual, los primeros pasos del fenómeno de la industrialización fomentaron entre los estratos sociales de poder una importancia de la actividad física como una opción para conseguir una vida de calidad, cómoda y tecnificada (Cortina, 2008).

En el presente, un solo deporte tiene la apertura para ser entrenado con diversos lineamientos, los cuales definen su aplicación y connotación social, es decir, que cualquier disciplina de esta naturaleza en la cual su uso haya sido normado con una reglamentación federativa también puede practicarse con varios tipos de organización y objetivos, como, por ejemplo, el ocio o la salud (Pérez, 2015).

Entonces, a partir de esa premisa se tiene que los deportes contemporáneos guardan relación con las formas deportivas que emergieron con base a la reglamentación, competencia e institucionalización. Entre ellos están: el baloncesto, el fútbol, el boxeo, el atletismo y el vóley en la playa. No obstante, también se ha planteado la generación de deportes posmodernos, los cuales aparecieron a finales del siglo XX y están constituida tanto por invenciones como reinventaciones de los deportes tradicionales (la petanca, los bolos, el frontón) y modernos (Pérez, 2015).

Para Pérez (2015), la característica de estos últimos está en su desburocratización y heterogeneidad en su organización, la carencia de la reglamentación e institucionalización y la gama de estilos y formas, factores que son el producto de una sociedad encaminada a maximizar el bien individual.

Además, el deporte contemporáneo se fundamenta en un sinnúmero de intereses de tipo económico, publicitario, de derechos de retransmisión, entre otros, los cuales lo mercantilizan y abandonan los valores propios de esta actividad y la formación pedagógica a nivel físico-deportivo. Pues el origen de este deporte se vincula de manera íntima con el progreso de la economía de las naciones industrializadas (Rodríguez, 2010).

Frente a esto, es necesario que las nuevas generaciones reflexionen y concienticen sobre el del deporte el cual es más que un espectáculo, así como se presenta en la actualidad, dado que se enfoca a la salud o recreación con beneficio físico y social que aporta a la calidad de vida de quien lo practica (Rodríguez, 2010).

1.3.3 Fútbol

A partir de la invención del fútbol, hace más de 100 años atrás, se han desarrollado diversas modificaciones debido a la globalización de este deporte a tal punto que, en la actualidad se lo puede apreciar por medio de los diferentes canales de comunicación

en tiempo real. Con la creación de los mundiales, a cargo de la Fédération Internationale de Football Association “FIFA” en 1930, los medios han contribuido a su difusión (Herrera, 2015).

En todo el mundo, el futbol, desde sus inicios, se ha consolidado como un atractivo trascendental por lo cual gradualmente se diseñaron canchas cercanas a los sujetos en donde se desarrollaba el encuentro. Cada evento se regía por normas, las cuales se ajustaban de acuerdo a la magnitud de las canchas ya que no todas cumplían las medidas reglamentadas por los grandes organismos de futbol (Herrera, 2015).

Además, entre los integrantes del futbol están: los once jugadores que saltan a la cancha, el director técnico, los entrenadores, el equipo de preparación física, los responsables de la parte técnica, el cuerpo médico, el psicólogo, y la hinchada. Lo cual denota que, el futbol involucra a una amplia cantidad de personas ya sea de manera directa o indirecta, mediante clubes y organismos, hecho que refleja su importancia en la sociedad.

Es así que, en el 2006 la FIFA manifestó que, en todo el planeta se ha registrado la participación de más de 70 millones de individuos, de los cuales 265 millones son jugadores profesionales, semiprofesionales y amateur. Este valor denota cerca del 4% de la tasa poblacional en el mundo (Ortega, 2013).

Asimismo, la Confederación de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe de Fútbol (CONCACAF) es la institución con alto nivel de sujetos dinámicamente involucrados, con el 8,53% de la población. Seguidamente está la Unión de Federaciones Europeas de Fútbol (UEFA) con el 7,59%, la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL) con un 7,47%, la Confederación de Fútbol de Oceanía (OFC) con un 4,68%, la Confederación Africana de Futbol (CAF) con un 5,16% y la AFC con un 2,22%. Incluso se tiene el registro de más de 1,7 millones de equipos y 301 mil clubes (Ortega, 2013).

Además, el futbol se caracteriza por la presencia de los siguientes elementos:

Tabla 2 Elementos del fútbol

Elemento	Descripción
-----------------	--------------------

Posiciones tácticas	<p>Portero</p> <p>Defensa</p> <p>Centrocampista/ mediocampista/ volante</p> <p>Delantero</p>
Fundamentos básicos	<p>Conducción del balón</p> <p>Golpe del balón</p> <p>Desarrollo de habilidades</p> <p>Golpeo de cabeza, frente, laterales, con salto</p> <p>Control del balón con el pecho, cabeza, pies y muslos</p>
Pruebas físicas	<p>Test físicos</p> <p>Evaluación de Cooper</p> <p>Examen de velocidad</p> <p>Prueba de elasticidad</p>
Coordinación corporal	<p>Desarrollo de desplazamiento particulares del fútbol</p>
Tácticas	<p>Dominio de los distintos procesos de juego (defensivo, ofensivo)</p>
Reglas	<p>Básicas:</p> <p>Medidas de la cancha</p> <p>Infracciones</p>

Fuente: Aguilar (2014) (pp. 31-32).

1.3.4 Fútbol masculino

El fútbol como hecho social e histórico exige de deportistas más preparados y al mismo tiempo ha dado un salto al campo cualitativo pues ha generado otra dimensión, es decir, el fútbol se ha planteado la dimensión del hombre que juega (Gómez, 2014).

Tanto en la cancha como en el graderío se ha denota que el fútbol es un deporte altamente masculino a pesar de los esfuerzos por la igualdad de géneros que se ha abordado desde hace treinta años. Entre las causas que han desatado este fenómeno está la exasperación de la virulencia de los gritos arrojados a los adversarios o al árbitro que se perciben en los escenarios deportivos (Mathieu, 2017).

Los encuentros de fútbol entregan una estructura propicia para reflexionar sobre la virilidad, pues suele reflejar un tributo competitivo al equipo masculino en el cual los hombres se glorifican y contemplan a ellos mismos, evalúan sus destrezas las cuales son parte de una permanente competencia frecuentemente tácita en lo cotidiano (Mathieu, 2017).

El fútbol masculino indica el modo en el cual se construye, en cada uno, a los hombres: en las canchas de los centros educativos como en los campos de profesionales de juego, se declina valores como la habilidad, fuerza, astucia y solidaridad. Se ha configurado como un evento que dramatiza las virtudes del ser y da paso a la ejecución ruidosa de prerrogativas de lo que se ha planteado como cultura masculina: el derecho al uso de términos fuera de lugar, abuso gestual, el silbido, entre otros comportamientos que dan testimonio de la transformación contemporánea de este show deportivo y sus brechas de género (Bromberger, 2007).

Incluso, las desigualdades entre hombres y mujeres no se dan en el fútbol sino también en otros deportes. Para palpar una parte de esta problemática se cita al caso de Uruguay, país en el cual, de las 61 organizaciones que agrupa el deporte federado, el 70% lo integran hombres (Mathieu, 2017).

1.3.5 Fútbol femenino

La práctica del fútbol femenino data del siglo XIX, precisamente en Europa, en la ciudad de Glasgow perteneciente al Reino de Escocia, la cual dio lugar al primer encuentro futbolístico femenino entre equipos locales. Asimismo, en 1894, en Inglaterra se fundó el primer club femenino denominado British Ladies Football Club (BLFC) encabezado por una activista de los derechos femeninos que se dio a conocer como Nettie Honeyball, seudónimo que le ayudó a eludir represalias (Peralta, 2020).

Con la I y la II Guerra Mundial se dio un brinco cuali-cuantitativo de este tipo de fútbol dado que la carencia de los hombres, quienes estaban en el campo de batalla, permitió un alto grado de presencia de la mujer en los distintos ámbitos sociales y lúdicos. De ahí que, con la paralización de las competencias masculinas en 1915 debido a la guerra, asistió al renacimiento del fútbol femenino en Europa, sobre todo en las zonas más industrializadas en las cuales las mujeres que operaban en las fábricas. El equipo más destacado fue el Dick, Kerr Ladies Football Club (Peralta, 2020).

Además, en 1970 la FIFA dio paso al primer campeonato mundial, no oficializado, en Italia en el cual la selección de Dinamarca se llevó el primer lugar. Otro de los hechos sustanciales en este aspecto fue la creación de una organización alterna a la FIFA en la cual se ampara de manera exclusiva al balompié de mujeres (Salazar, 2016).

Con base a este primer campeonato junto con la inclusión del balompié femenino en los Juegos Olímpico de 1996 en Atlanta, este deporte femenino ha ganado visibilidad y reconocimiento en la sociedad, hecho que tuvo su punto más alto en el 2011 con la celebración del torneo mundial efectuado en Alemania, el cual tuvo gran acogida de los medios y la audiencia (Mahmoud, 2016).

1.3.6 Primeros pasos del fútbol femenino en el Ecuador

El fútbol femenino en el Ecuador se remonta a inicios de los ochenta, tiempo en el cual las ligas de los barrios dieron paso a la organización de torneos femeninos, las cuales son consideradas como pioneras en el auge de este deporte para las mujeres. Entre los equipos que han abordado este deporte están: El Salvador, Chaupicruz, Los Libertadores, Oriental, El Inca, Chimborazo, Floresta, Mejía, Monteserrín, entre otros (Peralta, 2020).

Es así que en 1998 se premió al primer club ganador del primer campeonato de interligas femeninas, la liga deportiva barrial Chimborazo con la desatada actuación de sus jugadoras. A inicios de los noventa, la cifra de mujeres en esta práctica se incrementó de manera considerable, por lo que se visualizó la presencia de este género en los parques, estadios y canchas (Chávez D. , 2016).

No cabe duda que la historia del balompié de mujeres tuvo una fuerte acogida en la provincia de Pichincha, misma que se considera como una de las pioneras en la organización de campeonatos amateurs de este fútbol, no obstante, en otras provincias ecuatorianas se ha optado por la práctica del indor femenino, deporte que es una versión del fútbol con menos participantes en la cancha y con un campo de juego de dimensiones más simplificadas (Peralta, 2020).

Hoy en día, el fútbol femenino se desarrolla en las instituciones educativas con el uso de parámetros del fútbol masculino. A pesar de los cambios importantes que se han conseguido en la lucha contra el machismo, la carencia de recurso, la política y el maltrato por parte de directivos, en el 2012 la selección ecuatoriana femenina fue parte del torneo Sudamericano. Este evento abrió varias puertas a las siguientes generaciones, quienes tendrán mayores oportunidades, conocimientos más sólidos e inspiración para aquellas mujeres interesadas en formarse como futbolistas (Ochoa & Quijije, 2012).

1.3.7 Medios de comunicación y el deporte

La globalización de los medios de comunicación y el deporte han dado paso a un vínculo recíproco entre estas partes. Es evidente que la expansión de la prensa y la radio agilizaron la emisión de las competencias y notas deportivas destinadas a cautivar el interés de la audiencia. Posteriormente con la televisión se aportó a la popularidad de los encuentros deportivos a tal punto de que estas empresas incluyan en su cartelera de programas la retransmisión de torneos, notas y demás temas referentes al área deportiva (García P. , 2019).

Entonces, la práctica del deporte dentro de su área comunicativa es claramente importante ya que, los medios destinan un amplio espacio a la promoción del deporte como un show dado que el periodismo especializado en esta materia se ha configurado como una de las modalidades informativas poseedor de un público amplio (Llopis, 2016).

En cuanto al fútbol, se lo considera como uno de los deportes que atrae a millones de espectadores a nivel mundial. Su impacto en el público es totalmente perceptible puesto que se ha postulado como elemento integrante de su identidad, a través del cual pueden expresar sus sentimientos de forma folclórica y catártica (Llopis, 2016).

Incluso con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación junto con el internet, la manera de promoción y divulgación de los contenidos se ha multiplicado de forma acelerada, contexto que ha desplazado a los medios tradicionales. Por ello, los elementos encaminados al fútbol en el internet van desde los portales web de cada equipo hasta las plataformas que transmiten los encuentros en tiempo real (García P. , 2019).

1.3.8 Periodismo deportivo en Ecuador

El periodismo deportivo arribó al país de la mano con la mercantilización de los deportes, del fútbol y del interés social que tuvo punto álgido en 1949. Sin embargo, la industria de esta variedad del periodismo inició en el mundo en 1930 en Uruguay. En el caso de Ecuador, la estación pionera en la transmisión general fue la radio quiteña La Voz de los Andes en 1931 (Herrera, 2015).

Además, en 1938 se dio paso a la cobertura del VI torneo Sudamericano de natación que se efectuó en Perú. Las estaciones radiales que encabezaron la locución de este encuentro fueron Radio el Telégrafo y Ondas del Pacífico, de este modo se dio cabida al periodismo deportivo nacional, en el cual, los periodistas deportivos provenían de naciones en las cuales el fútbol y otros deportes ya integraban su cultura, tales como Brasil y Argentina (Herrera, 2015).

Sin embargo, en 1950, en la capital de los ecuatorianos, se inició la consolidación de este periodismo como un campo importante en la comunicación. De ahí en adelante fue en aumento el interés por estudiar al deporte, su narración y redacción. Los primeros narradores nacionales son Blasco Moscoso y Alfonso Lasso desde la ciudad de Quito, quienes tuvieron una trayectoria de más de dos décadas en la televisión (Arellano, 2018).

En los años sesenta, se fundó el programa “Ronda Deportiva” en el canal conocido como Ventana de los Andes, posteriormente, en los setenta, dicho programa se trasladó

al canal 8 hasta 1993. Acto seguido, en 1953 se creó la Asociación de Periodistas deportivos de la provincia de Pichincha, y después se registró el inicio de la labor como narrador deportivo de Alfonso Laso en la radiofrecuencia Gran Colombia, después en la emisora Quito y finalmente en el medio La Red (Arellano, 2018).

En la actualidad se conoce la existencia de medios cien por ciento deportivos, entre los cuales Herrera (2015) destaca los siguientes:

En radio:

- La Red
- Match Deportes
- Súper K
- LA Deportiva
- La Redonda
- Caravana

En programas de televisión:

- La jugada
- Pateando tachos
- Código fútbol
- Debate fútbol

En portales digitales:

- Bendito fútbol
- Ecuagol
- Fútbol ecuador
- Studio fútbol
- El futbolero
- Revista Estadio

Otro de los elementos que ha provocado este auge es la expectativa del público sobre temas deportivos ante el logro de éxitos en campeonatos locales y mundiales, un claro ejemplo de esto es lo acontecido en las Olimpiadas de 1996 en las cuales el ecuatoriano

Jefferson Pérez obtuvo la presea dorada y dejó en alto al país. Asimismo, la cobertura del encuentro mundial de 2002 celebrado en Corea y Japón produjo dicha demanda de la información deportiva (Herrera, 2015).

1.3.9 Coberturas periodísticas en el fútbol femenino (primera transmisión y medios que siguen el torneo)

Tanto el fútbol femenino como su carencia de cobertura forman parte del contexto local en la actualidad. Son muy pocos los medios de comunicación que destinan su tiempo a este deporte a pesar de su relevancia en la sociedad desde los años 70 y la creación del torneo de mujeres oficializado en el 2013 (Ordóñez, 2010).

Además, se considera que la cobertura efectuada por algunos medios, previo a la fundación del campeonato femenino únicamente fue temporal ya que aprovechó la intervención de la selección nacional de mujeres y únicamente se quedó ahí. Como producto estuvo el precario conocimiento de la historia de esta parte del deporte en el campo futbolístico y la menuda valoración a las jugadoras que aunaron esfuerzos para destacar en un deporte estereotipado (Chávez D. , 2016).

Uno de los ejemplos de esta coyuntura mediática se remonta a los juegos Panamericanos de 1995, en donde se presentó a la pionera selección femenina que alcanzó el tercer puesto, evento al cual le otorgaron una empobrecida importancia, por lo cual la cobertura, la cantidad de fotografías y la magnitud de las notas dedicadas a su difusión fue menor en contraste con lo destinado para el fútbol masculino (Ordóñez, 2010).

Este inconveniente se ahonda porque entre la amplia gama de deportes que se practican, el fútbol es el más popular y se toma las portadas de los medios impresos, los titulares de los noticieros en radio y televisión. Con base a ello se manifiesta que la mirada social del mundo deportivo se limita solo al área masculina, sobre todo en el caso del fútbol que ha tomado el tinte de espectáculo (Álamo, 2022).

Asimismo, otra de las más grandes problemáticas del fútbol femenino está en que no posee una sólida estructura organizacional y consecuentemente no vende puesto que muchos aún lo perciben como un proyecto que todavía está en arranque (Álamo, 2022).

En el territorio ecuatoriano, el medio que ha impulsado este tipo de torneos ha sido radio La Red, pese a que la inversión en canchas y demás recursos importantes para la preparación de las jugadoras es mínima, factores que conllevan a la falta de auspiciantes para estos encuentros futbolísticos, situación que nace del rol que les han destinado los medios a las mujeres: la belleza (Benitez, 2022).

Cada uno de estos argumentos demuestra que el interés del fútbol de mujeres en Ecuador no tiene impacto y tampoco la misma cobertura que el fútbol masculino y todo deporte efectuado por los hombres. Esta pobreza en la información y promoción genera mínimas probabilidades de alcanzar una especialización de la mujer este deporte, incluso porque los equipos masculinos profesionales del país se han configurado como organizaciones estructuradas que trabajan por sus prioridades económicas, entre las cuales el fútbol femenino no tiene cabida (Párraga & Torres, 2019).

En este sentido, Benítez (2022) manifiesta que los medios y la Federación Ecuatoriana de Fútbol no tiene claro el sendero para la potencialización del balompié femenino ya que presentan una planificación estratégica con muchos espacios en blanco que han dejado muchos aspectos por suplir, ante lo cual, la autora plantea la esperanza de la puesta en marcha de un campeonato que de paso a transformaciones positivas para todas los elementos y personas que intervienen en el fútbol femenino: jugadoras, equipos y demás.

1.3.10 El trabajo periodístico en la Súper Liga Femenina

La labor periodística ante la Súper Liga Femenina se ha visto empañada de estereotipos o etiquetas, las cuales se definen como aquellas concepciones que la sociedad otorga tanto a los hombres como a las mujeres, calificativos que carecen del respeto por la cultura, edad, o algún otro aspecto que identifica al ser como tal (Paz, 2021).

Por lo general, los estereotipos se han inscrito de acuerdo a lo que la sociedad determina como aprobado o despreciado, así como se da en el balompié femenino, deporte que a pesar de sus importantes logros todavía es desvalorada por los medios de comunicación tradicional ya que ponen mayor énfasis en aquellas participaciones deportivas encabezadas por el género masculino (García P. , 2019).

Por ello, Barthes, en 1982, indicó que este término, estereotipo, tiene un fuerte vínculo con el disfrute de la falta de confianza y el discurso insensato que, generalmente, produce inestabilidad total al irrespetar la condición del otro, quien pierde su voz ante la oleada de estereotipos difundidos e implantados por la sociedad (García H. , 2018).

Entonces, en el ámbito del fútbol femenino se denota que los estereotipos latentes en los medios han minimizado el rendimiento de las mujeres y su importancia en el deporte, hecho que se fundamenta en datos estadísticos. Por ejemplo, en el estudio de García (2018) denominado “Los medios de comunicación invisibilizan el deporte femenino” se evidencia que aproximadamente el 6% de las notas deportivas describen a mujeres como figuras protagonistas de su contenido.

Asimismo, es notoria la discriminación de la mujer a quien se le ha determinado el rol de ama de casa, papel ajeno a la práctica de deportes, creencia que se basa en la ideología de que ella se creó exclusivamente para el servicio del hombre y para acatar la función de coronar con decoro los triunfos de los hombres ganadores (Benitez, 2022).

Por ende, los medios de comunicación son los responsables de la propagación de estos estereotipos, mismos que agreden a la libertad de elección, en el ámbito deportivo, su información se enfoca en la divulgación del deporte como un show netamente masculino delineado por sus motivaciones económicas y de poder político (Paz, 2021).

Dichas acciones han transformado a esta actividad física en un instrumento de limitación que particularmente enfatiza en la compra – venta de intereses a nivel mundial, de modo que pierde su exclusividad como un acto de ocio, entretenimiento y salud, el cual responde a un derecho de todos los ciudadanos (Paz, 2021).

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Determinar la evolución en los procesos de cobertura periodística en la Súper Liga Femenina en Ecuador.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar la evolución mediática en la cobertura de la Súper Liga Femenina en Ecuador.

- Analizar la importancia que le dan los medios a la comunicación a la cobertura de la Súper Liga Femenina en Ecuador.
- Diagnosticar que tipo de medios le dan cobertura a la Súper Liga Femenina en Ecuador.

CAPÍTULO II

2.1 Materiales

Humanos: Contribución del tutor de tesis Byron Naranjo Gamboa, futbolistas de la Súper Liga Femenina y profesionales de radiodifusoras de la ciudad de Ambato.

Institucionales: Colaboración de la Universidad Técnica de Ambato en la elaboración de marco teórico y metodológico.

Materiales: Papel, computadora, esferográficos, gasolina, impresora, tinta, micrófono, cámara, audífono, cuadernos, cargador de celular y computadora, libros, suministros de oficina e internet.

Económicos: Factor económico para la gasolina y transporte, adquisición de materiales, servicios básicos (agua, luz, internet y teléfono).

2.2 Métodos

Tal y como se muestra la pregunta que guía esta investigación: *¿Cómo se presenta la evolución mediática en los procesos de cobertura periodística en la Súper Liga Femenina en Ecuador?* se abordará un estudio descriptivo, suceso que involucra, según (Fernandez , Baptista, & Hernández-Sampieri, 2014) la recolección de datos precisa y sistemática para entender las tendencias de un grupo o población.

El objeto de esta investigación es conocer los fenómenos que actúan en el contexto futbolístico femenino, tales como, posturas, reacciones, aceptación y hábitos que dictaminen un sustento a la indagación. Guevara, Verdesoto y Castro (2020) afirman que el indagador tiene poco o nulo control sobre el fenómeno, sin embargo, los instrumentos de recolección de datos orientarán tanto datos cualitativos como cuantitativos. Por tanto, podemos señalar que el propósito general se basa en recabar, reunir y analizar datos reales y útiles para determinar la dimensión de comportamientos y propiedades del problema.

También se busca saber cuál ha sido el desarrollo de las coberturas periodistas en el contexto del fútbol femenino ecuatoriano, y más específicamente, en la Súper Liga Femenina, torneo vigente nacional desde el 2019. Se pretende, entonces, determinar las posibles variables que participan activamente (y las que no).

Una vez que se definió el objeto teórico del estudio, los instrumentos que se utilizarán para la recolección de datos es la encuesta estandarizada de retroalimentación descriptiva (de manera física y online), siendo ésta la principal herramienta que

proveerá los primeros datos para una orientación certera sobre la investigación. A esto se suma la observación y la entrevista semiestructurada con actores principales en el ámbito deportivo femenino y mediático como lo son profesionales a cargo de radiodifusoras de la ciudad de Ambato. Por tanto, las encuestas permitirán recabar la primera información, las entrevistas servirán para un acercamiento y pálpito más cercano y la observación para sostener de manera externa nuestra investigación.

El procedimiento de investigación debe ser caracterizar por variables según las actitudes, cambios, fenómenos rotativos y circunstancias presentadas, que según he al. (2020) deberán ser consideradas desde el punto de vista del marco teórico del que pertenece la investigación. Dichos autores también señalan la importancia de saber desarrollar y controlar las variables, de modo que, se logre establecer correlaciones entre la información recogida, más no ser comparada.

En este trabajo de investigación los objetivos planteados en un principio toman relevancia para definir las dimensiones que guiarán al proyecto. Además, de cada una de estas se desarrollarán las variables. Se abordará la historia y fundación de los torneos femeninos en Ecuador, la conformación de los primeros equipos, la primera delegación ecuatoriana femenina, el inicio de coberturas periodísticas, medios de comunicación, futbolistas, dirigentes y afición.

En este trabajo se ha tomado como universo de producción los equipos de fútbol femenino del Ecuador, es decir, todas las escuadras que conforman el torneo nacional denominado Súper Liga Femenina en la temporada 2022-2023, recalando que la competencia es prácticamente nueva con apenas 3 años desde su creación.

No siempre está en nuestras manos obtener datos totales de los objetos de estudio en un universo, no obstante, los resultados serán la realidad (Heinemann, 2008, como se citó en Mahmoud, 2016). Para delimitar el universo de la investigación se utilizó la información expuesta en la página web de la Federación Ecuatoriana de Fútbol del presente año.

Los 16 equipos participantes en la presente temporada de la Súper Liga Femenina equivalen a nuestro universo, por tanto, según la FEF (2020) existió un número total de 407 futbolistas; en donde nuestra muestra es de 198 futbolistas, las mismas que participarán en las encuestas previamente mencionadas.

Por otro lado, la información y reflexión de los profesionales de la Comunicación también es imprescindible; por lo que, la investigación contará con la participación de Lorena Espinoza, Presentadora de Gama Tv Deportes, Andrés Espinoza, locutor de Área Deportiva, Edison Paucar, director de La Cabina Deportiva en Radio Web y Régulo de Mora, redactor en Diario La Hora, periodistas deportivos en diferentes formatos de comunicación, que contribuirán desde su perspectiva y espacio, la situación mediática actual del fútbol femenino.

Asimismo, contamos con la participación de dos referentes del fútbol femenino, Fernanda Vásconez, ex futbolista y actualmente Presidenta del Club Ñañas, equipo de su creación y Verónica Marín, ex futbolista y actualmente Directora Técnica, con trayectoria en Universidad Católica y Guerreras Albas; quienes tienen una visión clara de la evolución de la cobertura en la Súper Liga Femenina.

CAPÍTULO III

3.1 Análisis y discusión de resultados

3.1.1 Matriz de entrevistados

Una vez obtenidas las entrevistas a los periodistas deportivos de los medios de comunicación, se he llevado a cabo un cuadro comparativo con los diversos puntos de vista y opiniones recolectadas, el cual se encuentra a continuación:

Tabla 3 Entrevista Periodistas

Entrevistado 1 -Andrés Espinoza **Entrevistado 2 – Edison Paucar** **Entrevistado 3 – Lorena Espinoza** **Entrevistado 4 – Régulo de Mora**

Pregunta 1. ¿Realiza coberturas de fútbol femenino? ¿Hace cuánto lo hace?

“Para ser te honesto no he ido por trabajo pero si he estado en unas 3 ocasiones como espectador. Se ha podido hacer entrevistas y coberturas a los partidos de fútbol femenino en estos últimos años, pero más que iniciativa de la radio es más iniciativa de las chicas al quererse y querer involucrarle al fútbol femenino viendo que últimamente ha crecido bastantísimo en los medios de comunicación. La radio no ha tenido problemas en darle la apertura a entrevistas pero se le ha dificultado en la cobertura a las transmisiones de fútbol.

Si, las comencé a hacer desde septiembre del 2019 desde que inicié en el periodismo deportivo. Estaban en las etapas finales y justo pasó la final de ida entre Ñañas y el Deportivo Cuenca, y desde ahí empecé a relacionarme con el fútbol femenino. E

“Bueno, cobertura de fútbol femenino es muy poco la verdad, lamentablemente estamos en un medio en donde pesa más lo mediático, creo que funciona mucho más. Pero creo que todo debe iniciar desde cero. En lo personal me ha tocado muy pero muy poco, una cobertura de fútbol femenino solo lo tuve con un medio digital en noviembre del 2021 con la Tri Femenina, pero fuera de ellos no lo he tenido”

“Si, desde el año 2019 que se profesionalizó la liga femenina. Para Diario La Hora. Hicimos una nota en ese entonces. Una nota principal de página completa para dar a conocer a la gente que había una Superliga femenina y que iban a participar los tres equipos de la provincia, Macará, y Técnico Universitario y Mushuc Runa. En su rol cubrimos la presentación de los tres equipos y mostramos el inicio desde el inicio, desde el 2019. Pero de ahí tal vez a cuanto a los partidos en promedio del 100% de partidos de la Súper Liga en ese año asistiría a un 40%.

Pregunta 2. ¿La audiencia sugiere hablar del fútbol femenino?

“Es muy complicado pero pongamos que de 10 personas si hemos tenido unas 2 que nos han dicho o han preguntado a las chicas sobre el fútbol

“La verdad es que sí, me han sorprendido mucho porque ha habido muchas transmisiones de fútbol femenino incluso que han logrado más

“Siempre van a existir los intereses de por medio de las cableras. Pero pienso que es más interés del canal y del medio de comunicación, no tanto porque sea fútbol femenino, sino por

La verdad es que gusta mucho. Sobre todo porque el diario La Hora se caracteriza por ser un periódico que habla bastante de otros deportes. Diario La Hora se enfoca bastante en

femenino y en otras ocasiones, una aseguradora nos dio premios de entradas para la copa libertadores, y allí hubo gente que llamaba, participaba y se inscribía. Es decir, sabían que el equipo se llamaba Dragonas y no Independiente del Valle”

visualizaciones que el fútbol masculino porque hacemos los dos torneos. Cabe recalcar que son menos los medios que cubren al fútbol femenino pero la gente se ha comenzado a involucrar, a pedir información y darle relevancia. Porque creo que la objeción que tiene muchos de los medios para no hablar de fútbol femenino de lleno es que la gente no lo pide. En cambio en la Cabina Deportiva y en EQ Radio 593 siempre hemos tenido esa audiencia que pide saber cómo se jugara la siguiente fecha, como fueron los resultados incluso cuando trajimos jugadoras invitadas había mucha gente que se unía por eso. Y también por el trabajo que hacíamos en redes sociales al ser un medio que está involucrado con el fútbol femenino, que está o hace lo posible por estar al menos cada

reactivar la situación. De hecho esa es la manera de empezar otra vez a evolucionar y a estabilizarse. Entonces informar sobre el mundial Sub-20 fue la manera perfecta de comenzar y lograr hacer una alianza con el canal del fútbol.

Y de hecho está bien porque cada quien ve lo que está bien. Yo escuchaba que decían que era inclusión, pero eso se entiende que se tiene que incluir, más no, está sobre de.”

el atletismo, en el ciclismo, en deporte amateur y evidentemente en fútbol femenino. Y la verdad es que poner el fútbol femenino, sobre todo en resultados porque a la gente le interesa mucho. En fútbol femenino no les interesa mucho el resultado a la gente, porque nosotros hemos puesto los resultados de todo y no la interacción. No había lectores en la web, la gente no se desvivía por el resultado, donde a la gente le gustaba y le parecía interesante las notas, es cuando uno escribía sobre los perfiles del director técnico o de la directora técnica, de las jugadoras, de los árbitros, porque hay mucha, mucha gente que se dedica al arbitraje y que son mujeres o de los directivos y cosas así.

fin de semana en al menos un partido del fútbol femenino.

Pregunta 3. ¿Qué tan seguido dedica tiempo para informar del fútbol femenino?

“Yo creo que cuando hay un tema interesante por ejemplo las finales de la Súper Liga femenina, igual la Copa Libertadores. Hoy por hoy no hablas mucho de fútbol femenino porque estamos parados y si hay ocasiones que se deja a un lado lo femenino y no se habla como el masculino que tienes contrataciones y eso. Pero en el fútbol femenino creo que la audiencia y el propio conocimiento de los medios de comunicación no estamos acostumbrados a la liga femenina, pero esto va creciendo poco a poco”

Al menos en nuestro programa se trataba de hablar lo mayor posible en los dos programas que tenemos a la semana. El anterior año se incorporó un nuevo programa que era netamente de deporte femenino entonces ahí también ya hubo espacio para la libertadores femenina y también para el campeonato nacional. Hay cada vez más periodistas que empiezan a involucrarse. Y la radio nunca ve primero los intereses de ellos o que te da más rating, sino con que el proyecto esté bueno y la idea esté bueno te dan apertura.

“El tiempo que yo estuve, 0%. Pero en general, si existieron programas donde tenían invitadas a las participantes de la Súper Liga Femenina. Pero todo parte por el presentador, porque si no sabe quién es la jugadora vas a tener problema y se te va a notar. Segundo, si el canal no tiene la idea de poder entrevistar con toda la gana créeme que va a salir mal porque se va a notar al público.

“Netamente en el campeonato, una vez a la semana, dos tal vez, la previa y el post partido. Después, Mushuc Runa descendió y obviamente fue reduciéndose, ya solo era Técnico y Macará. En este 2022 más Macará porque Técnico tuvo problemas, inconvenientes. También se habló de Técnico, es complicado porque a veces uno no tiene la apertura por parte de los directivos. Ellos no hablan mucho de fútbol femenino. Las jugadoras, los directores técnicos, las directoras técnicas, sí, ellos sí se desviven por hablar y te cuentan todo. Era difícil sacar una nota. Por ejemplo, lo que paso con técnico que hubo el problema que las chicas no le pagaban y todo lo demás fue difícil. Fue complicado porque por ahí la gente que te está leyendo que esté escuchando esto va a decir, pero cuando sacaron una nota de eso. No pudimos sacar porque uno como medio tiene todas las pruebas de algún lado pero debe tener también del otro lado.

Pregunta 4. ¿Qué espacio le dedica al fútbol femenino?

“En los programas hemos llegado hasta tener dos bloques, es decir 40 minutos, pero es depende al tema que se ha venido debatiendo. Hasta se ha tenido entrevistas de media hora con figuras femeninas por lo menos una vez a la semana. Yo creo que las mujeres o la nueva camada de periodistas son los encargados de hablar de fútbol femenino. La gente ha participado pero no sé si eso pegue todos los días. Pero cuando comience la Súper Liga femenina por lo menos se debería tener un bloque a la semana para informar de eso”

Dependía de la coyuntura, había jornadas de enero a marzo que más o menos comienza el campeonato femenino, no se tiene mucha información por ahí si uno que otro fichajes pero no hay mucho como el masculino que se genera información a cada momento. Había espacios que se dedicaba netamente a la final, octavos de final, al inicio del campeonato y se podía air tranquilamente de 20-30 minutos. Pero importaba la cantidad de información que teníamos, porque no podemos hacer un programa de una hora de fútbol femenino si no hay mucha razón, y eso es algo que los equipos han faltado generar expectativa y generar contigo en redes sociales, en tener conexión con los medios de comunicación.

En el programa se tratan varios temas futbolísticos del torneo ecuatoriano, y sólo son algunos minutos los que tiene el fútbol femenino en la TV. Se tuvo invitadas de la Súper Liga pero fue en las instancias finales del torneo. Entonces yo creo que es relleno el poner los espacios en fútbol femenino.

Podemos especificarlo cuando había un perfil, cuando había que Macará está invicto 5 fechas así por ejemplo, o un perfil de alguna jugadora en Ambateña se destaca o alguna cosa parecida, o la nota principal, es media página o una página entera. Pero en previas de partidos y post partido que era lo común. Secundarias, 3/4, la previa y post partido. Ejemplo tenemos ocho publicaciones en el diario al mes de Liga Femenina en las ocho. Exagerando dos exagerando tres eran página principal. El resto de las secundarias.

Pregunta 5. ¿Cree que se debe dedicar más espacio para este tema?

“No quiero decir que todavía vivimos en una sociedad machista (que si lo hacemos) pero creo que con el tiempo se va opacando todo esto. Pero yo creo que tarde o temprano el fútbol femenino va a crecer, no sé si al nivel del masculino pero va a crecer. Pero también es cuestión de organización, de la Federación Ecuatoriana de Fútbol en invertir. Ya no solo depende de nosotros como periodistas, primero de los directivos que deberían apoyar como se apoya a la inferiores, darles el apoyo como transporte, alimentación y tema económica”

En los tradicionales sí, porque en los medios digitales son los que más apoyan al fútbol femenino. Tenemos colegas como Fútbol Femenino EC, Fútbol Femenino + y Pateamos Fuerte que hacen dos programas semanales pero que después del campeonato van reduciendo su parrilla pero son los medios que más aportan. En los medios tradicionales, por ejemplo en la radio, se habla muy poco del fútbol femenino, quizás he dejado de escuchar radio por eso, porque la misma información del programa de las 8 de la mañana se repite en el programa de las 6 de la tarde entonces no hay variedad y si se lo habla fugazmente, un microinformativo y se acabó.

“Totalmente, sin duda porque es cuando Messi intentó, y estaba ahí y ahí. Entonces para poder avanzar tienes que ser constante, y tener un proceso paulatino. Yo creo que el fútbol femenino lo ha demostrado. En el 2022 se dieron situaciones que nos hicieron entender que si hay fútbol femenino y que es lindo. Solo que las personas no entienden o creen que no es tan trascendente, o tan divertido como el fútbol masculino. Pero ya es hora de visibilizar. Recuerdo una entrevista con una jugadora que decía “Lo que yo más quiero es que las personas vean cómo es esto, es lo mismo, pero también quiero que nos vean como en verdad sentimos como hacemos como jugamos no solamente los hombres sino las mujeres también porque cuando tú estás en la cancha lo que quieres es que te vean como juegas, tu talento, y lo mismo pasa en el fútbol femenino. Qué lindo que te transmitan sin fines de lucro, sino por interés de...”

El fútbol femenino lo amerita, pero por las chicas, por quien está alrededor del fútbol femenino, no por quién organiza el fútbol femenino o por qué. Es lo que te decía. No nos dan las herramientas. Es difícil para nosotros publicar esto porque, por ejemplo, lo que pasó con Técnico o se me ocurre lo que pasó con Mushuc Runa, o sea, o y no sólo porque son nuestros equipos, lo que pasa a nivel nacional es escandaloso. Requiere una publicación de uno o dos hojas que se trate como literalmente se merece. No le pueden vender al Ecuador, al país, a la provincia, que el fútbol femenino es profesional en el Ecuador, cuando hay chicas que no ganan ni \$20 por partido, cuando hay chicas que ni siquiera tienen lugares específicos donde entrenar, cuando les cambian los horarios. A ver, estamos hablando de que si el fútbol femenino requiere más espacio, pero para tener ese espacio en medios, no porque los medios

sean malos, sino porque como medio, qué más vende del fútbol femenino cuando todo está mal y perfecto le muestro a la gente que está mal pero necesito que del otro lado aunque sea se inventen y digan que estamos trabajando. Pero nadie quiere hablar de fútbol femenino”

Pregunta 6. ¿Cuándo habla de fútbol femenino ¿qué aspectos abarca?

“Abarcamos las goleadoras, tablas de posiciones y resultados. Además nos fijamos en las jugadoras que ya son más conocidas, que ya las hemos visto. Porque por eso lado, ya nos vamos metiendo porque ya les conocen. Pero no podemos meternos en profundidad en lo táctico porque no saben quiénes son. Esto sería diferente si existiera mejor publicidad en el tema de redes sociales de los clubes. Les falta dar a conocer más, pero sin tantas trabas porque es algo absurdo que para Depende el día porque tenemos programas el lunes y viernes. Entonces, si es el lunes es para analizar los resultados de la fecha, partido tras partido, de los que se pudo haber observado, de los detalles para que la gente sepa cómo se manejaron, de fallas en el aspecto estratégico de los entrenadores y había ese debate como en el masculino, como le fue a liga y a los equipos, y tratábamos de abarcar la mayor información, tema de expulsiones, la máxima goleadora, asistencia, equipo de

“Como sabías que no había mucha apertura de esto, creo que se dio el alcance necesario porque se analizaba todo. Hablábamos de los goles, y pequeño análisis, un resumen, las reacciones que tenían las jugadoras y directores técnicos después del partido. Dábamos información muy completa a pesar del tiempo que nos daban (10 minutos).

“La tabla de posiciones, lo que resaltó de cada fecha, por ejemplo la goleadora de los fines de semana, además Los perfiles de las jugadoras, cómo es ser jugadora de fútbol en Tungurahua son temas que llaman bastante la atención a los lectores”

cubrir a la Súper Liga femenina
tengas eso. No está bien.”

mayor rendimiento y el viernes
manejábamos con el preámbulo
de la siguiente fecha, colmo
estar cronograma y cuales se
transmitirán en redes sociales
en que páginas se pondrán ver.
Es tal cual como el fútbol
masculino.

Cada entrevistado opinó desde el medio de comunicación en el que labora, donde se pudo entender las diversas realidades que vive el fútbol femenino en el periodismo deportivo ecuatoriano. El 50% de los entrevistados pertenece a un medio de comunicación que por iniciativa propia cubre a la Súper Liga Femenina desde su inicio en el 2019, donde consideraron relevante y necesario informar a la audiencia sobre el nuevo formato de fútbol para mujeres. El otro 50% seguía el fútbol femenino pero no como una prioridad sino eventualmente y en las rectas finales.

Los seguidores del fútbol femenino crecen de a poco, en eso coinciden todos los participantes, sin embargo, va variando depende el medio de comunicación que consumen. El 50% aseguró que las novedades del fútbol femenino atraían mucho la atención dependiendo de cómo llegan con la noticia a la audiencia. El 25% de los colaboradores aseguró que los medios digitales tomaron gran relevancia y se hicieron fuertes en fútbol femenino, pues fueron los únicos que transmitieron las emociones de la Súper Liga Femenina en varias ocasiones logrando cosechar adeptos. Mientras que el porcentaje restante dividió sus opiniones; el 25% mencionó que la parrilla de contenidos depende netamente de los intereses del medio.

El 100% de los entrevistados informaron al menos 1 vez a la semana en su medio de comunicación sobre fútbol femenino. Asimismo, la radio y la televisión históricamente han sido medios en donde cada segundo cuesta, por tanto son los que menos tiempo brinda al

campeonato femenino. El 50% destacó que tanto en medio de comunicación impreso como digital, mínimo se publicaba la previa y post partido semanal de equipos de su zona geográfica.

Todos los entrevistados coincidieron en que depende de la importancia del tema a tratar, para designar el tiempo o espacio que se tendrá para informar y debatir sobre el fútbol femenino.

Todos los entrevistados están conscientes de que el fútbol femenino necesita más apoyo. No solo la cobertura mediática, sino también el apoyo de la misma Federación Ecuatoriana de Fútbol; de los clubes, de las empresas y de los mismos consumidores para proyectarse sólidamente en el futuro y poder catalogarlo como fútbol profesional femenino.

Los periodistas de prensa escrita, radial, televisiva y digital coinciden en los datos informativos que difunden, para ejemplificar: los resultados, la tabla de posiciones, lo relevante de cada jornada y la goleadora de cada fecha. Teniendo en cuenta que el fútbol femenino no produce la misma cantidad de información que el masculino.

Tabla 4 Entrevista figuras del fútbol femenino

Vero Marín	Fernanda Vásquez
¿Cómo califica la cobertura periodística en la Súper Liga Femenina?	
<p>Bueno, creo que ha ido de menos a más antes recordemos que no habían medios que transmitan o que difundan al fútbol femenino como tal y era bien complicado encontrar la información empezó hace un par de años, incluso antes de que empiece la Súper Liga por medio de las redes sociales como Instagram, Twitter, Facebook y luego ya se empezó a masificar un poco más. Si bien es cierto y considero falta un poco más de difusión, por ejemplo, de los canales nacionales; de la radio en sí, pero creo que sí ha mejorado con el paso del tiempo.</p>	<p>Yo creo que depende mucho porque los medios tradicionales si están con el fútbol femenino en la fase de playoffs, pero no durante la fase de grupos y eso es inconsistente con la competencia y con la información que pueda recibir la gente de la Súper Liga femenina ahora. Hay medios que están especializados dentro del fútbol femenino, especialmente medios digitales, y ellos son muy buenos y saben mucho de las chicas de la Súper Liga femenina en general. Los medios tradicionales, a veces como no les han seguido y como no han estado durante toda toda la competencia, entonces</p>

no está muy al tanto y, por ejemplo, llegan a transmitir la última parte, la fase de playoffs y a veces no se saben los nombres ni nada. Te hablo por el caso específico de Ñañas. Les hemos dicho, e incluso les preparamos una hoja, o sea, digamos un documento, porque son varias hojas en las que están todas las jugadoras con foto con número, composición, con datos estadísticos como jugadores y aparte datos personales para que también le sirva a los comentaristas que puedan ver un poquito. Creo que en general cuando transmiten lo hacen con muy buena intención y te digo, yo tuve la oportunidad de estar en Francia y poder entender el desarrollo y uno de los problemas que tuvieron para el desarrollo del fútbol femenino fue que los medios se hablaba mucho de la parte física de las jugadoras más que de la parte deportiva y entonces eso no he visto. He visto tal vez muy poco dentro del de los medios de acá y eso se valora un montón.

¿Desde hace que tiempo evidencia el interés de los medios de comunicación en el fútbol femenino?

Sí, bueno, como como te menciono, yo recuerdo que cuando yo fui jugadora yo fui jugador amateur y ahí no existía ninguna cobertura por ahí alguna radio, a veces ni FM. Mira AM las que cubrían y era complicado. Luego yo recuerdo cuando ya empecé a incursionar en El Mundo como entrenadora de fútbol, al inicio que fue en el 2009. No habían muchas, muchos medios, Y, como tu mencionas, veras simplemente digital, incluso me atrevo a decirlo, éramos los propios entrenadores, jugadores de equipos, quienes dábamos las noticias en nuestras redes sociales y así es como se difundía la información. Luego, cuando ya fue el campeonato nacional

La evidencia de los medios en el fútbol femenino y yo te diría que la primera vez que lo que tengo conocimiento de que hubo una transmisión en vivo fue radial. Y más o menos en el año 2011 de Radio la Red en la Copa USFQ. Teleamazonas también estuvo lo que hacía era pasar los goles y se fue. Yo creo que ellos fueron pioneros en dar espacio mediático al fútbol femenino, antes incluso de que haya campeonato nacional, luego en el campeonato nacional, Radio La Red y Teleamazonas apoyaron bastante. También se sumaron un par de canales para el tema, no a transmitir, si no a pasar el resumen de los goles. De ahí empezó en

femenino. Que esto fue en el 2013. Recordemos que ese fue el primer campeonato antes de la Súper Liga y era netamente amateur. Ahí ya me acuerdo que Teleamazonas fue 1 de los primeros canales de televisión que empezó a transmitir el resumen de los partidos, pero el resumen que eran todos los goles, como se suele ver. Ir a partir de ese año en donde se empieza a haber un poco más de información, antes incluso del campeonato nacional fue la Copa San Francisco porque lo jugué, que lo dirige primero y lo jugué luego y me acuerdo que siempre iba a un camarógrafo de Teleamazonas a cubrir este evento y así fue como se empezó a masificar. Recuerdo que os puede Mercedes de Miami se quien hizo todo ese trámite porque era duro y Alberto Astudillo era quien estaba casi in situ cubriendo el los partidos.

el año 2018, justamente con Ñañas. En este fue el primer partido transmitido en vivo por televisión a clubes que nunca antes se había dado en el fútbol femenino ecuatoriano. Y se lo hace con Ecuador TV, nos transmitieron un domingo a las 15:00 h de la tarde y lo importante de esto fue que este partido tuvo el rating más alto de toda la programación de todo el año de Ecuador TV, que eso es importantísimo, entonces al año siguiente se sumó Direct TV y CNT y al año siguiente de eso ya se vendieron los derechos televisivos a DirecTV, cosa que era inimaginable, te digo para que nos transmitan por primera vez yo recorrí los canales televisivos, dos años enteros y todos los canales y todas las respuestas serán siempre negativas por. Porque saben que no quiere ver a las mujeres jugando fútbol y ahí se rompió todo ese tipo de estereotipos. Al rato que fue transmitido en vivo por televisión. Nuestro partido y algo interesante es que ni siquiera la selección femenina le transmitía.

¿Qué tan seguido escucha a los medios de comunicación hablar sobre fútbol femenino?

Ahora se escucha mucho más. Yo creo más en la radio que en la televisión en si de pronto, cuando empieza la Súper Liga y que existe el resumen no a veces de cada partido o cuando ya están en los playoffs o cuando ya el equipo ha clasificado a Copa Libertadores, por ahí se ve una noticia suelta en algún canal. Sobre todo, como mencionó que Teleamazonas no he visto la verdad en otros canales de televisión, de pronto por ahí Ecuavisa, pero de lo que yo he visto o escuchado más bien siempre ha sido en radio. Recuerdo que también una de las radios primeras en difundir fútbol

Pienso que depende de cada persona, o sea, hay personas que escuchan mucho la radio, especialmente a las personas que pasan bastante tiempo en el carro, como taxistas, personas, conductores, personas que manejan Uber e habrá otras personas que están acostumbrados a ver las noticias en la televisión; hay otras personas que ven las noticias en Twitter a través de redes sociales, entonces depende mucho; digamos quienes siguen más al fútbol femenino, lo hacen por medios digitales y ahí es donde realmente están las noticias ahora en entrevistas y eso sí, sí, sí se hace

femenino fue Radio la Red. Con Jacinto Bonilla Y ver ahora, como ya por ahí alguna noticia, si alguna jugadora al extranjero, si algún entrenador dirige algún equipo nuevo, más coberturas de la selección femenina del Ecuador, entonces sí ha mejorado, pero si debo comparar en Radio o Televisión, la radio ha sido quien más ha acaparado.

bastante en medios tradicionales, especialmente cuando está la competencia y más que nada, la fase de playoffs.

El tiempo que los medios le dedican al fútbol femenino ¿es el adecuado?

No, yo creo que sí se lo puede dar mucho más, porque bueno, cuando escucho radio o televisión, pero que se menciona mucho más al fútbol masculino y hay programas en radio y televisión, incluso que se llaman “Deportes” y yo entiendo de varios deportes, pero hay la casualidad que no es deportes, es sólo fútbol y el fútbol sólo es masculino. Ni siquiera hablan de las formativas. Muy poco, hablan de los del fútbol femenino o de otros deportes, entonces totalmente, se necesita un espacio. Y qué bonito sería si se espacio netamente de fútbol femenino o también fútbol formativo, que es otra rama que está muy alejada de la realidad.

No sé si es que llamarle lo adecuado o no. Lo que sí te digo es que el fútbol femenino es el deporte de mayor crecimiento a nivel mundial.

El fútbol femenino en el Ecuador crece a pasos agigantados todos los días y de años se ve una diferencia sustancial en cuanto a seguidores en cuanto a hinchas, en cuanto a nivel deportivo, no se diga también el profesionalismo y la inversión que hay desde la empresa privada. Eso dice mucho del interés que tiene la gente. Mira cómo te comentaba, nosotros nadie nos transmitía ningún partido, nos transmitieron un partido. A Ñañas y tuvo el ritmo más alto de todo el año. O sea, este asunto de darle una oportunidad, entonces yo lo que creo es que están atrasados con el fútbol femenino y el que invierte ahora es el que luego va a sacar los frutos. Y de largo, porque en el fútbol femenino crece, crece y crece todos los días.

¿Propone temáticas para los medios de comunicación?

Quizás no como una propuesta específica, pero he dado unas ideas por la amistad que tengo con algunos periodistas. De pronto hacer programas que sean solamente de fútbol femenino, no por querer dividir el masculino del femenino, sino para darle visibilidad

Claro que sí, entre algunos que se puede sacar información que es mucho mejor de calidad para las personas, para los hinchas. Porque las chicas son mucho más accesibles, entonces tú a ellas incluso les puede seguir en un día desde que hace una jugadora, un

porque es la única manera. De todas las propuestas, es la que más he nombrado. Se podría hacer por televisión o por que no aprovechar los canales digitales e invitar a las jugadoras, árbitras e incluso periodistas a que cuente sus historias. Eso me parece que se podría hacer y se hace en otros países también.

futbolista profesional todo el día y hasta te abre las puertas de sus casas; a un futbolista del masculino no te va a hacer eso nunca. Eso sí, puede ser, por ejemplo, con una selección del Ecuador del fútbol femenino. Son mucho más abiertas los clubes, somos totalmente abiertos para entrenamientos, mientras en el masculino te cierran las puertas un montón de veces, entonces creo que hay información. Creo que hay información de calidad porque también las chicas tienen una vida muy interesante de romper muchas barreras que genera motivación. Quienes en quienes verían estas notas, estos documentales o estas noticias, entonces pienso que. No están aprovechando los medios como deberían.

Las entrevistadas concuerdan que actualmente medios tradicionales y modernos cubren la Súper Liga Femenina, sin embargo, los medios digitales lideran la cobertura periodística. Vásconez asegura que son especialistas en fútbol femenino. Lo cual ha permitido a los usuarios e hinchas buscar información de calidad en redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter). La contraparte, es que se encuentra en la irregularidad de los medios tradicionales, pues, solamente cubren en etapas finales de la Súper Liga Femenina, lo cual no se maneja en una línea constante hacia la audiencia.

Ambas entrevistadas coinciden que los primeros medios tradicionales en darle importancia al fútbol femenino fue Radio La Red y la cadena televisiva Teleamazonas, medios de comunicación con gran reconocimiento en Ecuador. Asimismo, mencionan que de a poco ha ido evolucionando, pues años atrás solamente transmitían un resumen de los goles en el fútbol amateur, sin embargo, actualmente cubren algunos partidos de la Súper Liga Femenina.

Es importante recalcar que ambas fueron futbolistas y tienen una amplia visión y reflexión de la evolución mediática en el contexto ecuatoriano. La profe Vero Marín afirma que si ha notado el incremento de información deportiva en los programas de radio, pero en comparación con la televisión, Teleamazonas sigue liderando su interés en el fútbol femenino. Mientras tanto, Fernanda Vásconez, afirmó que los medios digitales son los que más dan importancia a la Súper Liga Femenina.

Según Marín, el fútbol femenino debe tener más espacio en todos los medios de comunicación y de poco ir implementando programas netamente femeninos y de formativas, pues, son ramas poco visibles. Por otro lado, Vásconez afirma que los medios están atrasados en el fútbol femenino, y reflexiona sobre la diferencia entre el masculino y femenino, aun así, convencida manifestó que el balompié femenino crece a pasos agigantados.

Por último, y en buena hora, ambas han propuesto temáticas o al menos sembraron la iniciativa de informar a los aficionados sobre las noticias de fútbol femenino con información que ellas mismo tabularon, algo que es digno de reconocer, pues de una u otra manera ambas partes llegan a un beneficio.

3.1.2 Resultados de las encuestas

Una vez recolectado los datos, se consiguió un total de 203 encuestas que permitieron determinar e interpretar los siguientes resultados.

1. Club al que pertenece:

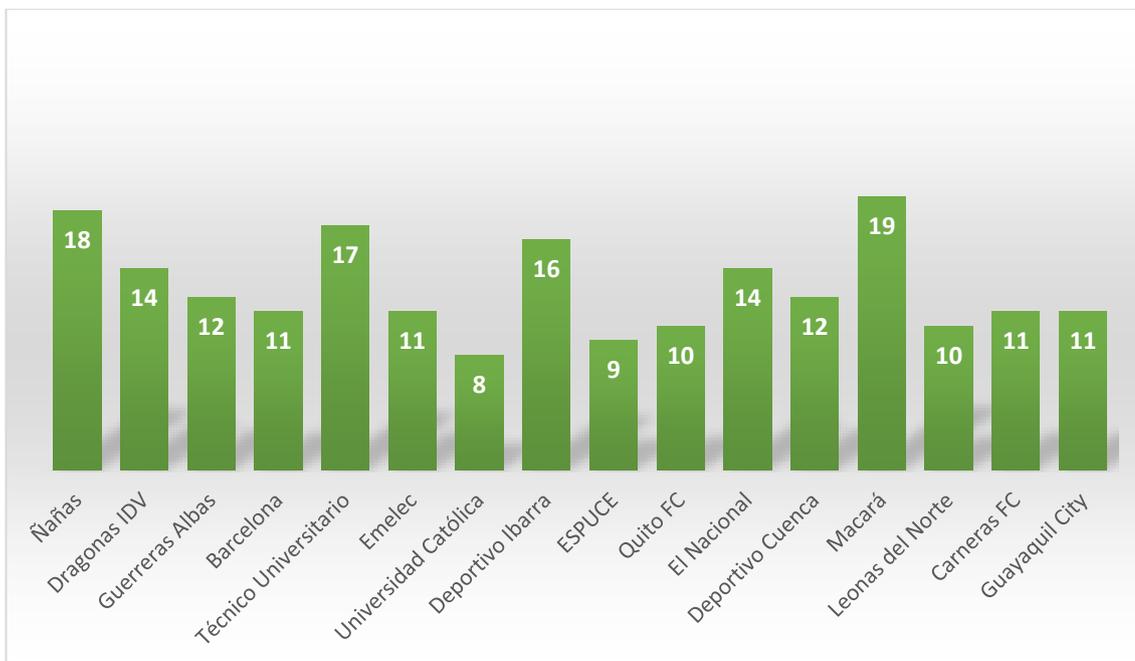


Gráfico 1 - Club

Del total de 203 encuestas receptadas, se dividieron en los 16 equipos de la Súper Liga Femenina. Existió mayor colaboración en algunos clubes que en otros, sin embargo, se pudo recoger datos valiosos de cada caso en el torneo femenino ecuatoriano.

2. ¿Cómo califica la cobertura periodística en la Súper Liga Femenina?

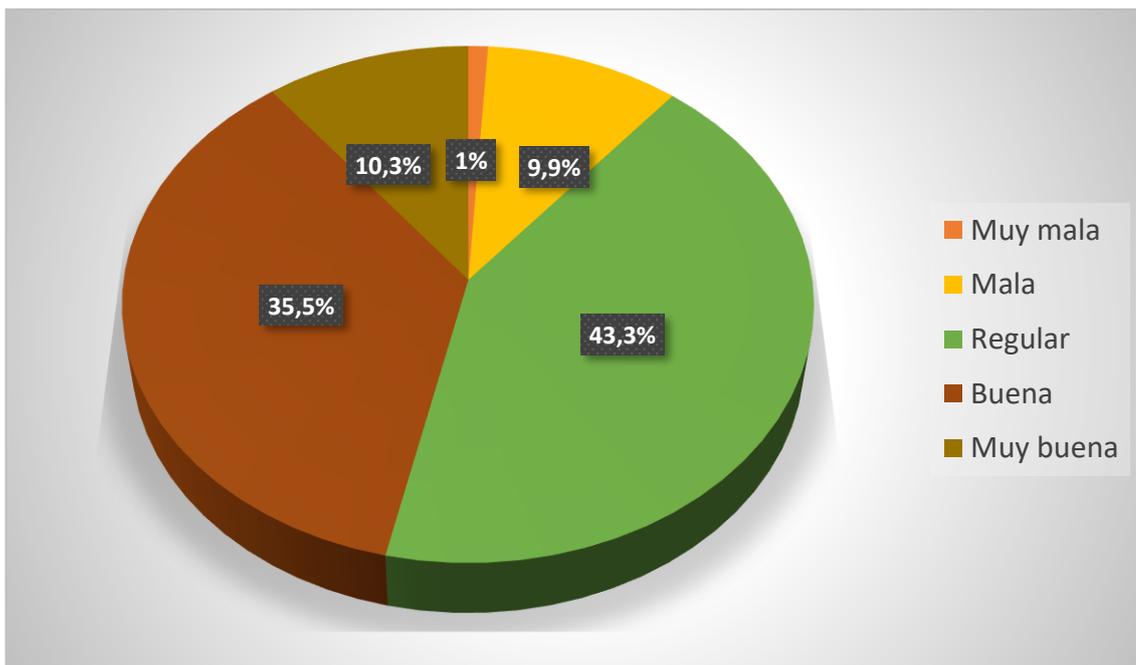


Gráfico 2 – Calificación Súper Liga Femenina

Del total de 203 futbolistas encuestadas, el 43,3% califica a la cobertura periodística como regular, es decir, ni buena ni mala; a su vez el 35,5% que equivale a 72 personas catalogaron a la Súper Liga Femenino como buena en su trabajo periodístico. El porcentaje restante se divide en Muy Buena con el 10,3% del resultado, 9,9% como mala gestión, y tan solo el 1% consideró que la participación periodística es muy mala.

3. ¿Qué beneficios aporta la cobertura mediática al fútbol femenino?

Para llevar a cabo la interpretación se construyó un resumen que se mostrará a continuación donde se muestra las opiniones agrupadas según el grado de similitud y lógica.

Visibilidad y reconocimiento ante la sociedad sobre el torneo nacional de fútbol femenino.

Equidad de género

Incentivo, patrocinio y apoyo económico con las grandes marcas.

Apoyo emocional desde diversos lugares del país.

Información de primera mano.

Experiencia y crecimiento profesional

Ninguno

Las futbolistas encuestadas expresaron su opinión desde su experiencia y punto de vista; una gran cantidad de futbolistas respondió que el principal beneficio que reciben en una cobertura es la visibilidad y el reconocimiento social al dar a conocer que existe una liga femenina en Ecuador y que son capaces de igualar el talento masculino, denotando otra de las opiniones, la equidad de género en el contexto deportivo ecuatoriano.

El incentivo económico no se queda atrás y aunque en menor cantidad de repetición, es un pilar fundamental para que el deporte femenino se sostenga y se mantenga equilibrado en el mercado. El apoyo de los fanáticos del deporte también es otro de los beneficios que detallan las futbolistas, al sentir de a poco el sustento de la hinchada; asimismo la información se convierte en fidedigna, rápida y eficaz a la hora de difundirla en los medios de comunicación.

Finalmente, una mínima cantidad de futbolistas respondieron que la cobertura mediática no aporta en lo absoluto a la Súper Liga Femenina.

4. ¿Con qué frecuencia es tomado en cuenta el fútbol femenino en los medios de comunicación tradicionales?

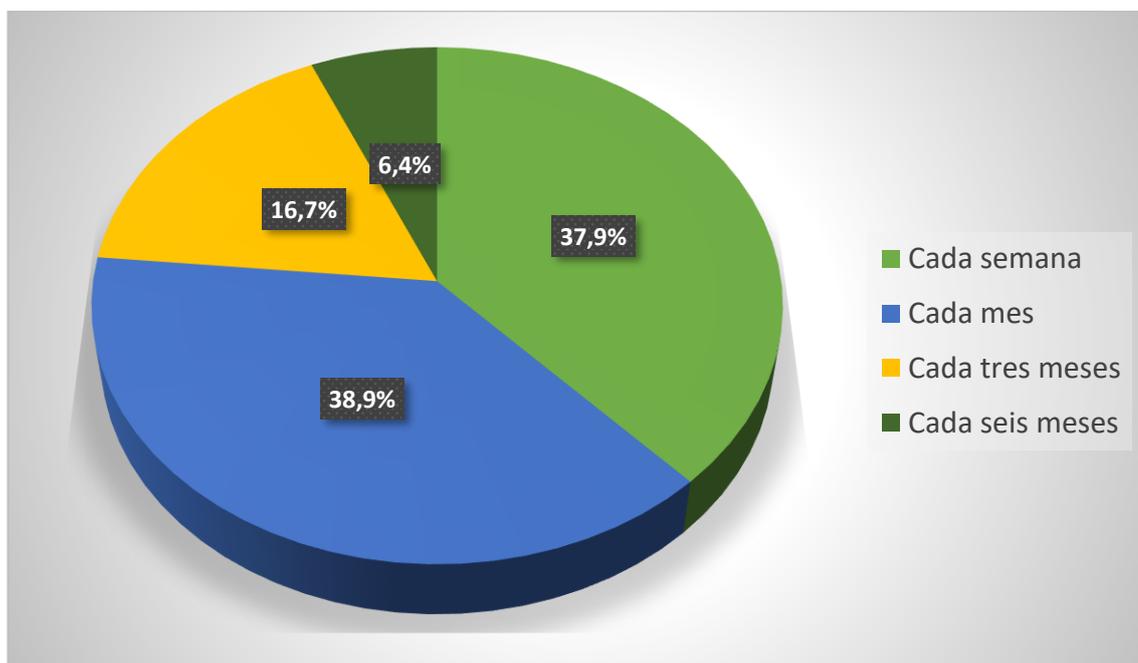


Gráfico 3 – Fútbol Femenino en medios de comunicación

Recogidos los datos el 38,5% de las encuestas, equivalentes a 77 futbolistas, respondieron que el tema de la Súper Liga Femenina (información, entrevistas y coberturas) se lo difunde cada mes por los medios de comunicación tradicionales. Ventajosamente, lo contrarresta otro 38% es decir, 76 jugadores que afirman que en su postura, el fútbol femenino es tomado en cuenta cada semana en los medios. Asimismo, existe un porcentaje del 17% correspondiente a 17 jugadoras que aseguran que el fútbol femenino es tomado en cuenta cada tres meses. Y en menos cantidad, el 6,5% (13 jugadoras) respondieron que los medios de difusión cubren el fútbol femenino cada seis meses.

Como dato adicional se pudo verificar que los equipos con más peso mediático son el Club Ñañas, Dragonas IDV, Guerreras Albas y Barcelona Sporting Club, sin embargo, y en varias ocasiones, en los medios de comunicación no pesó la camiseta y dieron apertura a futbolistas que destacaron en sus partido de fin de semana con el objetivo de premiar su talento.

5. ¿Cree que la cobertura periodística en la Súper Liga Femenina ha evolucionado en los últimos años?

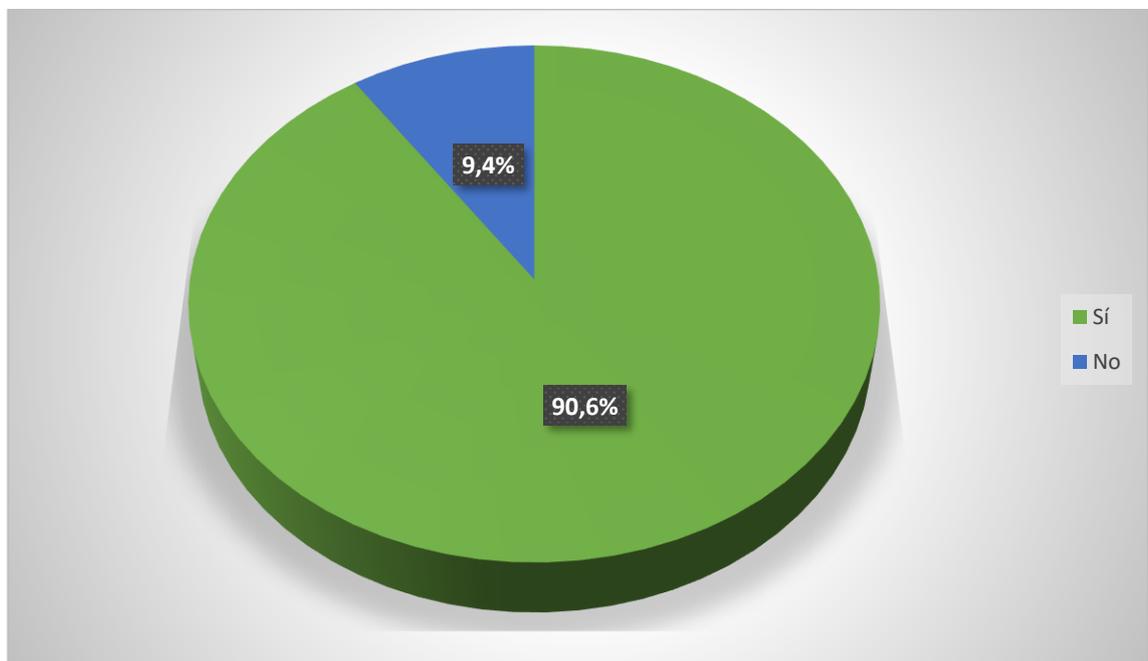


Gráfico 4 – Evolución de la Súper Liga Femenina

De un total de 203 respuestas, el 90,6%, es decir, 184 jugadoras afirmaron que el trabajo de los medios de comunicación evolucionó en los últimos años con respecto

a la Súper Liga Femenina, pues se dieron cuenta que aumentó el interés en la afición deportiva y en las empresas privadas; afirmaron que la tecnología fue un gran aliado para la difusión de contenidos y los medios de comunicación brindan más apertura, pues sus periodistas incursionaron en el balompié femenino. El porcentaje restante, corresponde a 19 jugadoras equivalente al 9,5% que no notó el desarrollo y progreso de la cobertura periodística en el campeonato de fútbol femenino ecuatoriano, pues aseguraron que todavía las siguen comparando al fútbol masculino.

6. ¿Qué tipo de comentarios se percibe, en los medios de comunicación, respecto a la Súper Liga Femenina?

Apoyo y respeto sobre el crecimiento del fútbol femenino.

Críticas comparativas con el fútbol masculino.

Comentarios personales y no profesionales.

No se escucha comentarios del fútbol femenino en medios de comunicación.

De las 203 futbolistas encuestadas, la gran mayoría afirmó que periodistas y demás profesionales en medios de comunicación comentan positivamente sobre el progreso y desarrollo que ha tenido el fútbol femenino en los últimos años, alentando a las muchachas a continuar luchando por sus objetivos.

En menor proporción, manifestaron que han escucharon reiteradamente comparaciones futbolísticas con el fútbol masculino. Lo cual consideran en ocasiones comentarios machistas. Asimismo, aseguraron que varios comentarios son más personales que profesionales.

Por último, una mínima pero preocupante cantidad de futbolistas indicaron que no se escucha ningún tipo de comentario en los medios de comunicación, en este caso, tradicionales.

7. ¿Qué medios brindan más espacio para difundir información de la Súper Liga Femenina?

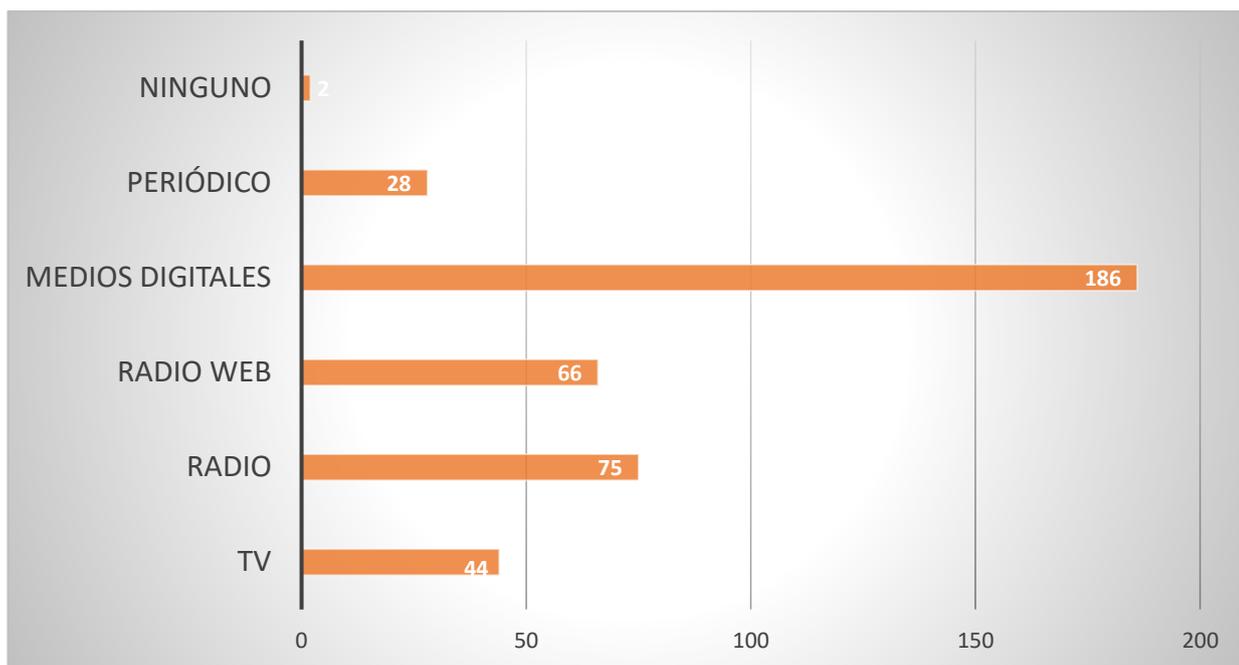


Gráfico 5 – Medios de difusión

Para iniciar, en esta interrogante se permitió elegir varias opciones según su experiencia en los medios de comunicación. Con un gran número de votos (186), los medios digitales son quienes llevan de primera mano la información de fútbol femenino, tienen coberturas periodísticas y brindan apertura a participantes de la Súper Liga Femenina. Asombrosamente, la radio se dirige por buen camino con 75 votos. Asimismo la radio web, con 66 votos, ha sido otras de las herramientas fundamentales de apertura mediática para que las futbolistas de la Súper Liga Femenina adquieran experiencia. En éste punto se evidencia una diferencia contundente, pues el medio de comunicación televisivo alcanzó apenas 44 votos. Finalmente, el periódico es el medio de comunicación con menor votación, entendiéndose como un medio de difusión que ha bajado su visibilidad en los últimos años, por el desarrollo de la tecnología.

8. ¿En qué medida los medios de comunicación han visibilizado la Súper Liga Femenina?

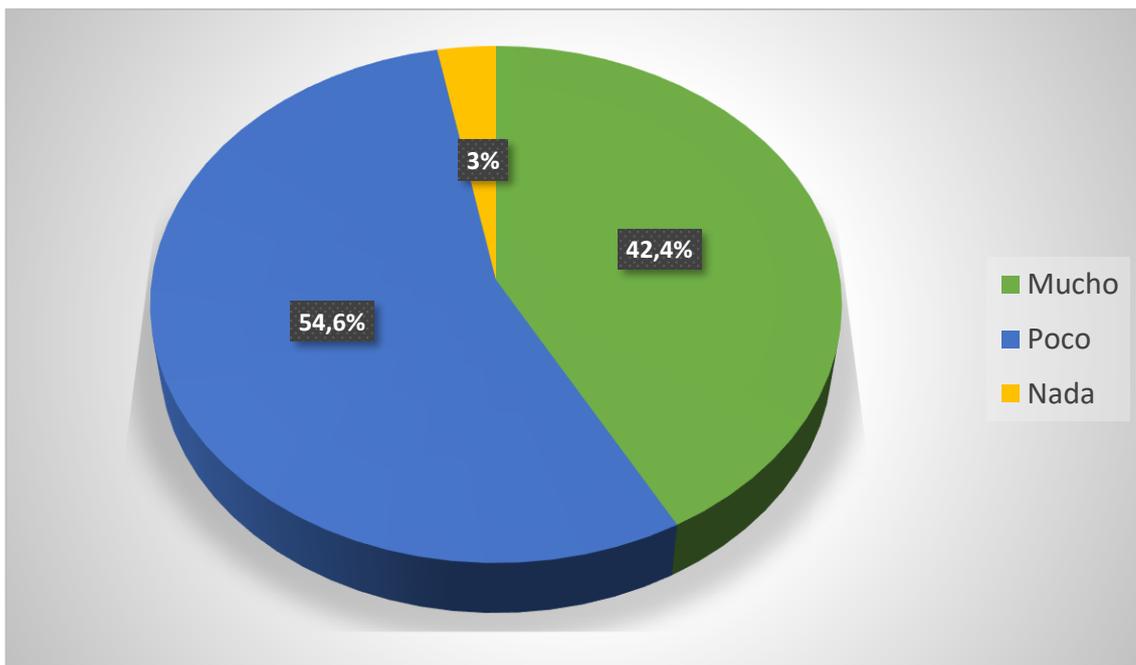


Gráfico 6 – Visibilización de la Súper Liga Femenina

Según las 203 respuestas, el 54,6% equivalente a 111 futbolistas consideran que el trabajo periodístico de los medios de comunicación no llena las expectativas dentro del torneo femenino, es decir, lo visibilizan muy poco. El 42,4% considera que la cobertura e información sobre la Súper Liga Femenina ha sido la adecuada para conseguir que la misma, aumente su perceptibilidad en los últimos años. Finalmente, en una mínima proporción del 3%, correspondiente a 6 jugadoras respondieron que los medios de comunicación en la Súper Liga Femenina no aportaron nada en la difusión de contenidos de la misma.

9. ¿Ha propuesto algún tema, relacionado a la Súper Liga Femenina, a los medios de comunicación?

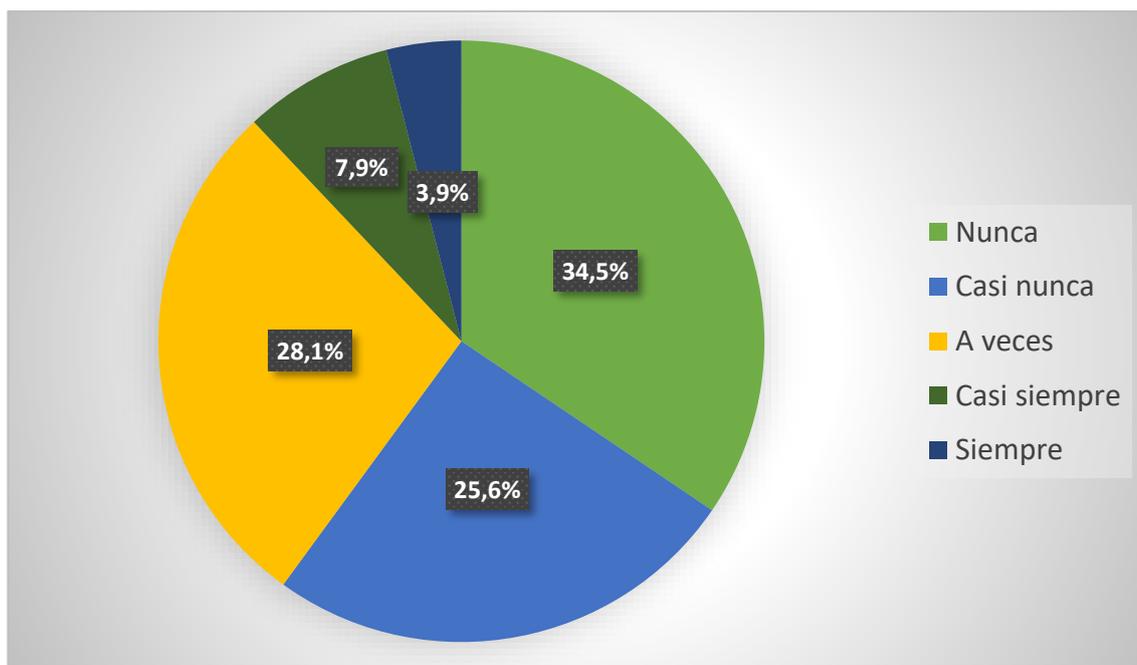


Gráfico 7 – Temática

De las 203 encuestas receptadas, el 34,5% nunca ha propuesto un tema de valor a los medios de comunicación sobre la Súper Liga Femenina. El 25,6% equivalente a 52 futbolistas casi nunca propone tema de discusión o difusión mediática, lo cual preocupa dado que no hay la iniciativa propia para incentivar a los medios de comunicación. Sin embargo y ventajosamente el 28,1% de las jugadoras han sugerido algunas veces a los medios de comunicación temática, estadística e información para abordar en los programas deportivos. El porcentaje bajó considerablemente en el número de futbolistas que proponen temas a menudo a los medios de comunicación. Apenas 16 jugadoras (7,9%) afirmaron que sugerían casi siempre, temas informativos a la prensa, mientras que 8 jugadoras con el 3,9% lo sugerían siempre, lo cual evidencia en cierto punto la desatención de los medios con el fútbol femenino.

3.2 Verificación de Hipótesis

La evolución mediática es incipiente en los procesos de cobertura periodística en la Súper Liga Femenina en Ecuador. Fernanda Vásconez, testificó que el fútbol femenino es la disciplina que más nivel de crecimiento tiene a nivel mundial y cada paso que da es gigantesco, no solo en término mediático sino también en ámbito social.

Gracias a la contribución de las futbolistas se pudo afirmar en la interrogante 5 con un gran porcentaje que el interés periodístico crece y paulatinamente los medios de comunicación van tomando terreno en el balompié femenino ecuatoriano. Sin

embargo, es un proceso que de a poco irá tomando forma pues como los resultados indican en la interrogante 8, en las ediciones pasadas los medios de comunicación no brindaron una cobertura periodística adecuada en el torneo de Súper Liga Femenina.

Para finalizar, la evolución mediática es incipiente en la Súper Liga Femenina, pues como muestra en la pregunta 4, las futbolistas tienen presencia en medios de comunicación cada semana y cada mes con un gran porcentaje, lo que demuestra que el interés mediático está progresando.

CAPÍTULO IV

4.1 Conclusiones:

Es impresionante conocer, entender y reflexionar sobre el progreso que ha tenido el fútbol femenino en el Ecuador y cómo las diversas formas de comunicación contribuyen día a día para su visibilización. Por tanto, los medios de difusión han sido un pilar fundamental para las mejoras de la Súper Liga Femenina.

A continuación, se exponen las conclusiones en base a los objetivos propuestos:

- Se determinó que el trabajo periodístico en la Súper Liga Femenina evolucionó evidente y positivamente en el Ecuador a pesar de trabas económicas, sociales e institucionales. Es imposible negar la brecha entre el balompié femenino y masculino, no obstante, según la investigación realizada la mujer futbolista va tomando espacio de a poco en los medios de comunicación tradicionales y modernos.
- En base a la investigación, antes de iniciar con el torneo femenino oficial de fútbol, eran escasos o nulos los medios de comunicación que cubrían al fútbol femenino amateur. Hoy en día, todos los medios de comunicación (tradicionales y modernos) han informado y difundido, al menos una vez, sobre la Súper Liga Femenina, lo que traduce que en los últimos años aumentó el interés y preocupación por los periodistas y productores en brindar una correcta cobertura, a pesar, de no contar con los mismos recursos humanos, económicos y tecnológicos en comparación con el fútbol masculino.
- Según datos recogidos en el proyecto de investigación, la importancia que se brinda a la Súper Liga Femenina depende en gran proporción del tipo de medio de comunicación y de su audiencia. Los medios de comunicación tradicionales de a poco se han ido introduciendo en el contenido futbolístico femenino, sin

embargo, actualmente, según ellos, es difícil enfocarse mayoritariamente en la Súper Liga Femenina, según aseguran, no es llamativo.

- Se diagnosticó que los medios de comunicación modernos son los únicos que han realizado una cobertura periodística casi completa en la Súper Liga Femenina. Según datos detallados en la investigación, el mayor interés y trabajo informativo sobre el campeonato nacional femenino proviene de la era digital (Redes Sociales, y Radio Web) aprovechando recursos tecnológicos para el fácil y rápido acceso al contenido deportivo. En medios como radio y televisión, la cobertura periodística se reduce drásticamente, es decir, los partidos se transmiten desde la última recta (cuartos de final) en el mejor de los casos.

4.2 Recomendaciones:

Por cada conclusión desarrollada, se propondrá una recomendación a continuación:

- Se considera importante tomar responsabilidades institucionales para el progreso de la Súper Liga Femenina y no responsabilizar a los medios de comunicación de la incompleta visibilidad del torneo. Un trabajo en conjunto de clubes, futbolistas y organismos asegurará un mejor desarrollo del contexto periodístico y por tal, del balompié femenino.
- Se recomienda a cada futbolista sugerir o plantear temáticas atractivas e innovadoras a los medios de comunicación, para incentivar a los mismos a difundir información sobre la Súper Liga Femenina.
- La cobertura periodística de la Súper Liga Femenina no solo se basa en transmitir un partido de fútbol, sino también en conocer y difundir la experiencia y puntos de vista de las futbolistas. Se invita a todos los clubes de la Súper Liga Femenina a autorizar a sus futbolistas a brindar entrevistas con la prensa; pues si se aspira un progreso, los medios de comunicación son un gran aliado para llegar al mismo.
- Se sugiere a todos los medios de comunicación adaptarse a las plataformas digitales de comunicación con el objetivo de ampliar su parrilla de contenidos deportivos y así, dar apertura al balompié femenino.

C. MATERIALES DE REFERENCIA

Referencias Bibliográficas

1. Aguilar, C. (2014). LA ESCUELA DE FÚTBOL EN EL DESARROLLO DE LAS HABILIDADES DEPORTIVAS EN LA CATEGORÍA SUB 12 DEL COLEGIO TÉCNICO TENA. *Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7349/1/M-FCHE-1071.pdf>
2. Álamo, C. (2022). El fútbol femenino en los medios de comunicación. *Universidad Pontificia Comillas*. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/55795/TFG-%20Alamo%20Ripoll%2C%20Celia%20Hemalatha.pdf?sequence=1>
3. Arellano, L. (2018). La variación del mensaje de los medios de comunicación en torno a la selección ecuatoriana de fútbol. Estudio de caso: Revista Estadio. *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/15530/1/T-UCE-0009-CSO-007.pdf>
4. Bailón, C. L., & Moncada, P. (2022). Difusión del fútbol femenino ecuatoriano y participación de los medios comunicacionales. *Guayaquil: ULVR, 2022.*, 87 p.
5. Benitez, M. (2022). El papel de los medios de comunicación televisados en el desarrollo del fútbol femenino ecuatoriano. *Universidad de los hemisferios*. Obtenido de <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1545/TraabajoTitulaci%C3%B3nMar%C3%ADaJuliaBen%C3%ADtez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
6. Borja, K. A. (2016). La lucha silenciosa de las mujeres en las Ligas Barriales de Quito-Ecuador. *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*, 22-43.
7. Bromberger, C. (2007). Deportes, fútbol e identidad masculina. Los deportes, un revelador de la construcción de los géneros. *Revista digital EFDeportes*. Obtenido de <https://efdeportes.com/efd111/deportes-futbol-e-identidad-masculina.htm>
8. Chávez, D. (2016). Fútbol femenino antecedentes actualidad y cobertura mediática. *Universidad San Francisco de Quito*.

9. Chávez, D. (2016). Fútbol Femenino: Antecedentes, Actualidad y Cobertura Mediática. *UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ*. Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5213/1/124578.pdf>
10. Cortina, C. (2008). Identificación y control de variables para impulsar el deporte y la actividad física en la FES Zaragoza. *Escuela Nacional de entrenadores deportivos*. Obtenido de <https://deportivasfeszaragoza.files.wordpress.com/2008/10/tesis-completa1.pdf>
11. Fernandez , C., Baptista, L., & Hernández-Sampieri, R. (2014). Alcance de la investigación. México.
12. García, H. (2018). Los medios de comunicación invisibilizan el deporte femenino. *Compromiso empresarial*. Obtenido de <http://www.compromisoempresarial.com/rsc/2018/05/los-medios-de->
13. García, P. (2019). Influencia de los medios de comunicación en el deporte. *UPAD Psicología & Coaching*. Obtenido de <https://www.upadpsicologiacoaching.com/influencia-medios-comunicacion-deporte/>
14. Gómez, L. (2014). Fútbol, una dimensión del hombre que juega. *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3351/1/T-UCE-0009-274.pdf>
15. Herrera, C. (2015). ANÁLISIS COMUNICACIONAL DEL BALÓN Y EL ESTADIO COMO SIMBOLOGÍAS Y REPRESENTACIONES QUE FORMAN PARTE DEL FÚTBOL. *UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11686/1/UPS-QT08605.pdf>
16. Llopis, R. (2016). Deporte, medios de comunicación y sociedad. *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 86-89. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/710/71044746001/html/>
17. Mahmoud, M. (2016). El futbol femenino en los clubes deportivos de la ciudad de Barcelona: un analisis de su gestión. Obtenido de https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/405706/MARY%20MAHMOUD_
18. Mathieu, G. (2017). El fútbol es para hombres. *Hemisferio Izquierdo*. Obtenido de <https://www.hemisferioizquierdo.uy/single-post/2017/03/10/el-f%C3%BAtbol-es-para-hombres>

19. Moreira, L. E. (2018). Análisis de la difusión de contenidos informativos de fútbol femenino publicados en portales digitales de radios deportivas de Ecuador. *Universidad Católica de Santiago Guayaquil*.
20. Ochoa, J., & Quijije, E. (2012). ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS EN LAS RADIOS DE GUAYAQUIL PARA LA REALIZACIÓN DE UN PROGRAMA DE FÚTBOL EXCLUSIVO PARA MUJERES. *UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL*. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2509/1/TESIS%20FINAL_OCHOA_QUIJIJE_PROGRAMA_RADIAL_FEMENINO%5B1%5D.pdf
21. Olaya Caballero, G. S., & Rivera Chica, M. (2020). ESTUDIO COMPARATIVO DE LA COBERTURA MEDIÁTICA AL FÚTBOL FEMENINO EN EL MEDIO RADIAL CARAVANA 750 AM Y EL PROGRAMA DE INSTAGRAM FUTGOOLEC. *Universidad Laica Vicente Rocafuerte*.
22. Ordóñez, A. (2010). Género y deporte en la sociedad actual. *Universidad San Francisco de Quito*, 106-113.
23. Ortega, D. (2013). INCIDENCIA DE LA APLICACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS E INTERPRETACIÓN PRÁCTICA DE LAS REGLAS DE FÚTBOL POR PARTE DE ÁRBITROS, JUGADORES Y AFICIONADOS DE LA LIGA BARRIAL JESÚS DEL GRAN PODER” DE LA CIUDAD IBARRA. *Universidad Técnica del Norte*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3279/1/05%20FECYT%201790%20TESIS.pdf>
24. Ortiz, M. (2013). La cultura física en la formación integral de los estudiantes de tercer año de bachillerato del colegio María de Nazaret de la ciudad de Quito provincia de Pichincha. *Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5931/1/TESIS%20ORTIZ%20M ARCO.pdf>
25. Párraga, A., & Torres, M. (2019). Análisis Comunicacional del Fútbol femenino transmitido por Gol Tv y su incidencia en la motivación deportiva en las estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Educación Física de la Universidad de Guayaquil, 2019. *Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/44379/1/An% C3% A1lisis% 20Comunica>

cional%20del%20F%C3%BAAtbol%20femenino%20transmitido%20por%20Gol%20Tv%20.pdf

26. Paucar , E. (2021). El fútbol femenino en Ecuador análisis de su desarrollo desde las voces de sus protagonistas y la actualidad de su cobertura mediática. *Universidad Técnica Particular de Loja*.
27. Paz, R. (2021). Análisis del discurso del fútbol femenino en Quito: la visibilidad del rol de la mujer en el imaginario social en la Superliga Femenina en las publicaciones de El Comercio y El Universo, durante el período marzo-agosto 2019. *UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR*.
28. Peralta, L. (2020). Estereotipos de género en el fútbol femenino, desde la visión de las futbolistas del Deportivo Cuenca “categorías formativas” periodo septiembre 2019 - febrero 2020. *Universidad de Cuenca*. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/34730/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf>
29. Pérez, A. (2015). Deportes contemporáneos: tipos de deportistas y modelos deportivos en España. *Anduli Revista Andaluza de Ciencias Sociales*.
30. Quiroa, A. (2018). Fútbol femenino y relaciones de género en la Liga Parroquial de La Floresta. *Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador*, 141.
31. Rodríguez, M. (2010). El origen del deporte contemporáneo en los países centrales y su legado en la evolución de la Educación Física. *Revista Digital EFDeportes.com*. Obtenido de <https://www.efdeportes.com/efd147/el-origen-del-deporte-contemporaneo-en-los-paises-centrales.htm>
32. Salazar, S. (2016). Desarrollo del fútbol femenino y su importancia en el sector escolar privado de la zona 1 y 2 en la ciudad capital de la republica de Guatemala. Obtenido de <http://biblioteca.galileo.edu/tesario/bitstream/123456789/625/1/TESIS%20DES>

Anexos

- **Formato de Encuesta**

ENCUESTA

Tema: Evolución mediática en procesos de cobertura periodística en la Súper Liga Femenina en Ecuador.

Autor: Angie Salazar.

La presente encuesta se ha realizado como trabajo investigativo de la Universidad Técnica de Ambato en la carrera de Comunicación, la misma que tiene como objetivo determinar la evolución en los procesos de cobertura periodística en la Súper Liga Femenina de Fútbol en Ecuador.

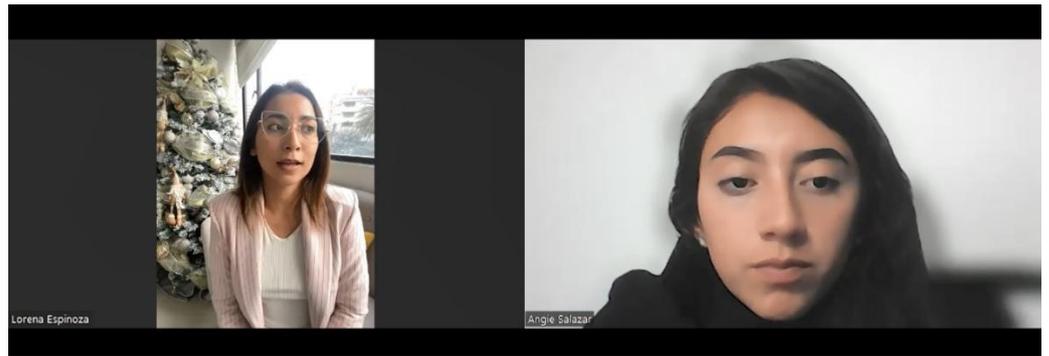
- 1. Club al que pertenece:**
- 2. ¿Cómo califica la cobertura periodística en la Súper Liga Femenina?**
 - Muy Mala
 - Mala
 - Regular
 - Buena
 - Muy Buena
- 3. ¿Qué beneficios aporta la cobertura mediática al fútbol femenino?**
- 4. ¿Con qué frecuencia es tomado en cuenta el fútbol femenino en los medios de comunicación tradicionales?**
 - Cada semana
 - Cada mes
 - Cada tres meses
 - Cada seis meses
- 5. ¿Cree que la cobertura periodística en la Súper Liga Femenina ha evolucionado en los últimos años?**
 - Sí
 - No

6. **¿Por qué?**
7. **¿Qué tipo de comentarios se percibe, en los medios de comunicación, respecto a la Súper Liga Femenina?**
8. **¿Qué medios brindan más espacio para difundir información de la Súper Liga Femenina?**
 - TV
 - Radio
 - Radio web
 - Medios Digitales
 - Periódico
9. **¿En qué medida los medios de comunicación han visibilizado la Súper Liga Femenina?**
 - Mucho
 - Poco
 - Nada
10. **¿Ha propuesto algún tema, relacionado a la Súper Liga Femenina, a los medios de comunicación?**
 - Nunca
 - Casi Nunca
 - A veces
 - Casi siempre
 - Siempre

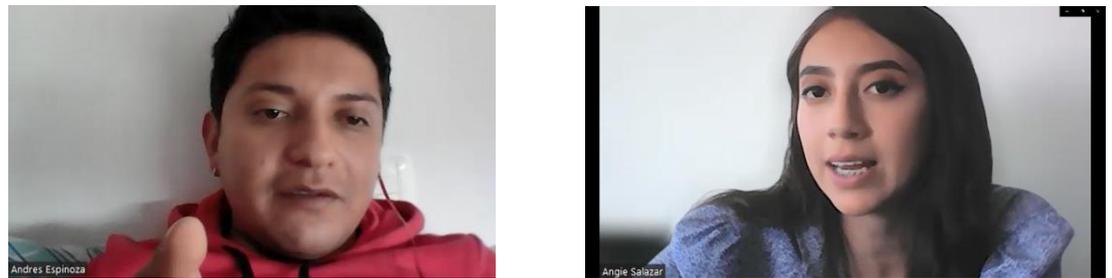
Gracias por su colaboración

- **Fotos Entrevistas**

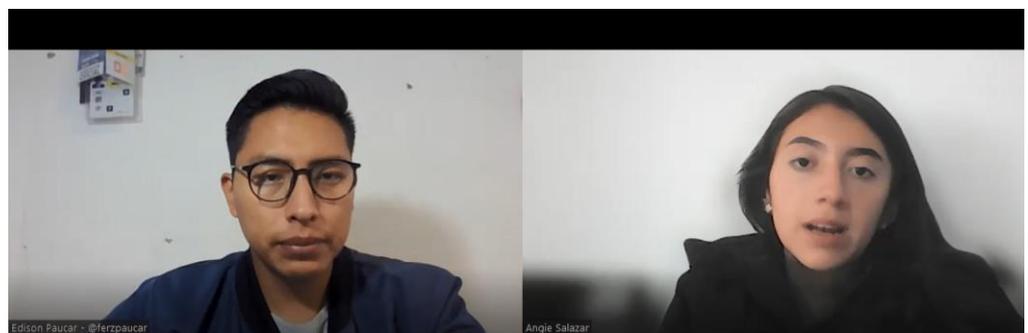
Entrevista a Lorena Espinoza



Entrevista a Andrés Espinoza



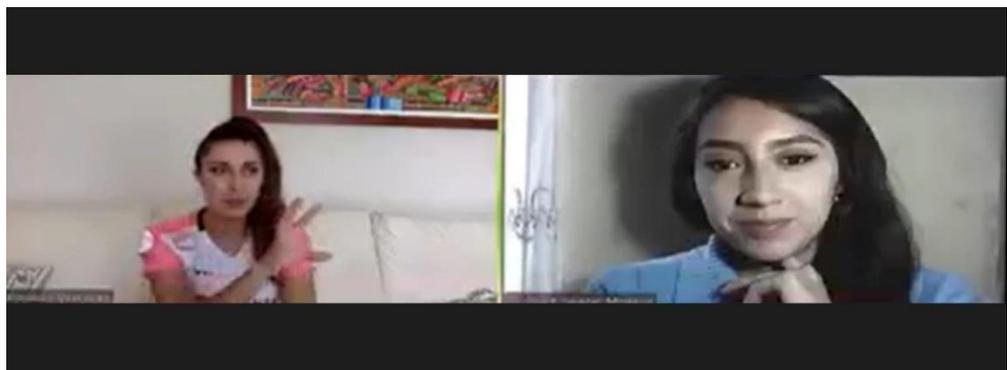
Entrevista a Edison Paucar



Entrevista a Régulo de Mora



Entrevista a Fernanda Vásquez



Entrevista a Vero Marín

