



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Percepción de los trujillanos de 20 a 40 años respecto al rol de la
mujer en el periodismo deportivo televisivo – 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORAS:

Cubas Leiva, Lourdes Marycielo (orcid.org/0000-0001-6142-8893)

Moreno Allemant, Ruth Sthefany (orcid.org/0000-0001-6579-1438)

ASESOR:

Veliz Lluncor, Oscar Eduardo (orcid.org/0000-0001-9155-1710)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mis padres, por su constante aliento para lograr mis objetivos y culminar esta etapa en mi vida universitaria, porque con su constante perseverancia y apoyo moral han forjado mi carácter para ser la persona y profesional que soy.

A Dios y a mi familia que han sido mis pilares para salir adelante en esta travesía académica.

A mis padres, por creer en mí en todo momento, sobre todo por su amor y apoyo incondicional que han sido la clave de mi éxito.

A mis profesores, por su dedicación y por guiarme en mi camino profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres que han sido mi fortaleza y ejemplo, por no dejarme sola y ser mi soporte en todo momento.

A Dios y a mis padres por ser siempre el motor que impulsa mis sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a mi lado en los días y noches más difíciles durante mis horas de estudio. Siempre han sido mis mejores guías de vida. Orgullosa de haberlos elegido como mis padres y que estén a mi lado en este momento tan importante.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II.MARCO TEÓRICO.....	3
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	9
3.2. Categoría, subcategoría y matriz de categorización.....	9
3.3. Escenario de estudio.....	10
3.4. Participantes.....	10
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
3.6. Procedimiento.....	11
3.7. Rigor científico.....	12
3.8. Método de análisis de datos.....	12
3.9. Aspectos éticos.....	13
IV.RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	14
V. CONCLUSIONES.....	20
VI.RECOMENDACIONES.....	21
REFERENCIAS.....	22
ANEXOS.....	26

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1

Percepción auditiva de los trujillanos respecto a las periodistas deportivas.....21

Figura 2

Percepción visual de los trujillanos respecto a las periodistas deportivas.....22

Figura 3

Percepción social de los trujillanos respecto a las periodistas deportivas..... 24

Figura 4

Posición de los trujillanos respecto a las periodistas deportivas..... 25

RESUMEN

Esta investigación titulada “Percepción de los trujillanos de 20 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo televisivo – 2023”, busca identificar dicha percepción en hombres de 20 a 40 años. La investigación fue básica con enfoque cualitativo y diseño fenomenológico centrado en las experiencias subjetivas de cada individuo. Se aplicó la entrevista en profundidad a 20 hombres en edades entre 20 y 40 años puesto que la tendencia de esta generación es dejar de lado aspectos como el machismo, además los entrevistados consumen productos periodísticos deportivos y son aficionados al deporte. Se obtuvo que el periodismo deportivo está comandado por hombres debido a la relación emocional que representa para ellos, por su amplio conocimiento en estos temas, y la escasa participación de mujeres en este rubro. Otro hallazgo es la cifra estadística que muestra la prevalencia de hombres sobre mujeres en el periodismo deportivo. Esta investigación concluyó en que la percepción de los trujillanos sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo es positiva, condicionando su aceptación a capacitación y amplia experiencia. Además, el hombre tiene mejor posicionamiento en el rubro, aunque la mujer tiene mayor participación en comparación con años anteriores.

Palabras clave: Percepción, periodismo deportivo, rol de la mujer, equidad de género, deporte, auditivo, visual, social.

ABSTRACT

This research entitled "Perception of Trujilloans from 20 to 40 years old regarding the role of women in television sports journalism - 2023", seeks to identify the perception of Trujilloans from 20 to 40 years old regarding the role of women in sports journalism. television in the year 2023. The research was basic with a qualitative approach and phenomenological design focused on the subjective experiences of each individual. The in-depth interview was applied to 20 men between the ages of 20 and 40 who reside in the city of Trujillo, consumed journalistic sports products and are sports fans. It was obtained that sports journalism is commanded by men due to the emotional relationship it represents for them, due to their extensive knowledge on these issues, and the low participation of women in this area. Another finding is the statistical figure that shows the prevalence of men over women in sports journalism. It concluded that the perception of the people of Trujillo about the role of women in sports journalism is positive, conditioning their acceptance to training and extensive experience. In addition, men have a better position in the sector, although women have a greater participation compared to previous years.

Keywords: Perception, sports journalism, role of women, gender equity, sport, auditory, visual, social.

I. INTRODUCCIÓN

La equidad de género es uno de los temas más controversiales en los últimos años, sobre todo en el ámbito laboral. A pesar de ello, la mujer ha demostrado eficiencia y eficacia logrando ocupar cargos en la primera línea de mando de las organizaciones. En el ámbito periodístico, las cifras estadísticas evidencian la gran brecha de género existente. Pues, investigadores y colegas periodistas han elaborado encuestas y reportes de la situación que viven a diario las mujeres periodistas en el sector deportivo, por ejemplo:

Puerto (2022) destaca que el 88% de cargos directivos son ocupados por hombres y el 12% por mujeres en España, estas cifras fueron obtenidas del Informe de la Asociación de la Prensa 2018. Asimismo, Núñez (2017) encontró que en el periodismo deportivo las mujeres solo alcanzan el 25% de cargos directivos mientras que los hombres alcanzan el 75%, datos obtenidos del Informe Anual de la Profesión Periodística en el año 2018. Esto está relacionado con la remuneración percibida, frente a ello, Juárez (2023) resalta que las mujeres periodistas pueden ganar hasta el 33% menos que los hombres y solo el 11% consigue ser editora, obtenido del Informe de consultorías LLYC.

Además, el 73% de mujeres periodistas en el mundo experimentaron violencia en línea en el ejercicio de sus labores (UNESCO, 2023). Otro dato alarmante es que las mujeres periodistas firman noticias 50% por debajo que los hombres (Mujeres sin nombre, 2023).

Estos datos estadísticos, demuestran la situación de desigualdad que existe en las mujeres y el género opuesto en el ámbito deportivo sobre todo en los medios de comunicación, como lo es “Las mujeres y el deporte” (Observatorio de la discriminación de radio y tv, 2022).

En el Perú, no se evidencia la presencia de mujeres periodistas en los bloques deportivos por el contrario la imagen femenina es utilizada como herramienta para acrecentar los niveles de audiencia tal como lo hizo la plataforma Fox Sport Perú al utilizar la imagen de una ex reina de belleza en una mesa de debate con siete hombres donde la única función de la mujer fue leer los comentarios que los

televidentes vertían a través de redes sociales en el marco de la clasificación de la selección peruana de fútbol al mundial de Rusia 2018 (Grados, 2018).

Por su parte, los medios de comunicación regionales escasamente apuestan por la producción de programas deportivos y menos por la presencia de mujeres en estos. Sin embargo, el gradual crecimiento de programas nacionales, la incursión en redes sociales, la lucha por la equidad de género, la eliminación de estereotipos a nivel mundial, y el creciente interés por la digitalización podrían representar una oportunidad para revertir esta situación. En este sentido, esta investigación ha planteado como problema ¿De qué manera percibe la población trujillana el rol que desempeña la mujer en el periodismo deportivo televisivo en el año 2023? para replantear la participación de la mujer periodista en la gestión deportiva regional.

Así mismo, se justificó teóricamente con el uso del conocimiento de especialistas para generar reflexiones al exponer la teoría y resultados existentes relacionados con el periodismo deportivo, la percepción de un grupo poblacional y el rol de la mujer. La justificación práctica, se encuentra en la contribución de hallazgos y estrategias que proponen una alternativa de solución para la realidad problemática planteada, tanto para la práctica periodística de los medios deportivos como en la práctica de los y las periodistas. Y encontró la justificación metodológica en la creación de una ficha de entrevista para recolectar información metódica sobre la percepción de los trujillanos con respecto al rol de la mujer periodista en el ámbito deportivo, y así generar nuevo conocimiento como aporte para replantear dicho rol.

Frente a lo expuesto, se estableció como objetivo general identificar la percepción de los trujillanos de 20 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo televisivo en el año 2023. Y como objetivos específicos: describir la percepción visual y auditiva de los trujillanos de 20 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo televisivo en el año 2023, describir la percepción social de los trujillanos de 20 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo televisivo en el año 2023, y analizar la posición que adoptan los trujillanos de 20 a 40 años tras la percepción del rol de la mujer en el periodismo deportivo 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Esta investigación encuentra respaldo en investigaciones previas y teorías a nivel internacional, nacional y local.

En el ámbito internacional, Charcopa (2022) en su investigación cualitativa sobre los estereotipos de género: Participación de la mujer en el medio Área deportiva Digital del Cantón Salinas, planteó el análisis de los estereotipos de género hacia la mujer en dicho medio deportivo. La metodología se centró en un acercamiento documental sobre el problema, teniendo como muestra a cinco periodistas deportivos, entre hombres y mujeres que fueron sometidos a una entrevista. Los resultados obtenidos revelaron que la escasa participación de la mujer dentro del periodismo deportivo, no se debe a estereotipos de género ya que el ambiente laboral se basa en el respeto y la cordialidad.

Por su parte, Reñón (2021) cuya investigación cualitativa lleva por título Las voces femeninas del periodismo deportivo: narraciones de partidos de fútbol, buscó analizar y describir el trayecto profesional de las mujeres periodistas deportivas que se dedican a narrar partidos de fútbol en Valladolid, España mediante la entrevista a ocho periodistas deportivas de radio y televisión. Descubriendo que existen desigualdades dentro del ámbito de la narración, siendo este, un puesto de trabajo con mayor accesibilidad para los hombres. Las entrevistadas coinciden en que el periodismo deportivo es un sector muy discriminador y de muchas desigualdades por lo que se torna importante una excesiva preparación y capacitación.

Escoto, et al. (2020), en su investigación mixta sobre la percepción de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social UNAN-León con respecto a la participación de la mujer en el periodismo deportivo, cuya metodología fue de tipo descriptiva, utilizando la entrevista como instrumento de recolección de datos. Obtuvieron que existe incremento en la presencia femenina dentro del rubro, que la mujer dentro del periodismo deportivo no solo es valorada por su imagen, puesto que la mujer tiene un rol más importante que eso.

Nieto (2020) en su tesis sobre la recepción sobre el estereotipo de la mujer en los programas de televisión deportivos tomando como caso de estudio los programas

Gol Tv y DIRECTV Tv Sports, estableció como objetivo general analizar la recepción en los programas expuestos y de esta forma conocer cuáles son los estereotipos que se evidencian al contar con una mujer dentro del ámbito periodístico deportivo, con respecto a la metodología, esta investigación presenta un enfoque mixto, descriptivo, aplicando como instrumentos la encuesta y la entrevista a 8 personas, siendo dos de ellos periodistas y otros 2 futbolistas. Obtuvo que los participantes afirmaron que existe sexismo dentro del campo periodístico, no obstante, se reconoció la presencia femenina como parte importante obteniendo una percepción positiva.

En el ámbito nacional, Bustamante (2022) expone la existencia de diferenciación de acuerdo al sexo dentro del campo del periodismo deportivo en la televisión peruana, debido a diversos factores como los estereotipos y sentido de pertenencia del sexo masculino con respecto al fútbol. Por el contrario, Andía (2021) obtuvo que el público de Exitosa Deportes tiene una percepción inferior sobre la mujer en comparación a la imagen masculina, por otra parte, expone que la mujer es tomada como elemento de atracción de la audiencia.

Rivas (2021), en su tesis cualitativa tuvo como objetivo principal conocer las experiencias, funciones y desafíos de las mujeres dentro de su rol como periodistas deportivas. Aplicó una entrevista semiestructurada a 6 periodistas, obtuvo que la incidencia de la mujer dentro de puestos de alto rango dentro del rubro deportivo, es escasa, de igual manera, la preparación para una mujer es clave dentro de los espacios periodísticos, puesto que estos evidencian mayor competitividad con relación al género.

Esta investigación tiene sus bases en la teoría de usos y gratificaciones, la cual sostiene que las personas emplean determinados medios de comunicación u otras fuentes que le permitan satisfacer sus necesidades, en este caso, como el de informarse sobre lo que ocurre dentro del campo deportivo, de acuerdo a esta teoría, el receptor es quien cumple el rol más importante en este proceso, ya que son ellos los que recurren a la elección de determinado medio, programa, etc.

Por otra parte, otra de las teorías que refuerzan esta investigación, es la Teoría de la información, la cual está basada en cómo funcionan los sistemas que se

encuentran en una sociedad, sosteniendo que la prioridad es atender en primera instancia a la globalidad, es decir, la función de los medios es preservar los sistemas ya establecidos dentro de una sociedad, llevándolo a los medios de comunicación, estos en sí son un sistema con patrones establecidos, dentro de los medios, el periodismo deportivo cumpliría el rol de actor que se encargan a su vez de propagar lo ya establecido, en este caso, el de brindarle a la audiencia lo que su mayoría prefiere (Gándara y Heram, 2020).

Esta investigación se categoriza en la percepción y el periodismo deportivo. La percepción abordada desde los aspectos visual, auditivo y social. Mientras que el periodismo deportivo se subdivide en el rol profesional y el rol social que cumple.

Así, la percepción es estudiada por la psicología describiéndola como un proceso básico de la actividad mental que es condicionante para el funcionamiento del aprendizaje, el pensamiento, la memoria y la simbolización. En este punto, cobra importancia el movimiento Gestalt de la psicología que explica que la percepción inicia con la recepción de información formulando juicios directamente relacionados con la cultura y conocimientos previos de la persona (Andía, 2022).

Existe una relación estrecha entre la percepción y las emociones, siendo estas percibidas desde tres aspectos: visual, auditivo y social que, pueden ser estudiados de forma independiente, pero al ser analizados en conjunto toman consistencia para entender el punto de vista de las personas y las emociones que esto les genera (Revilla, 2022).

Se entiende por percepción visual a la capacidad para percibir sensaciones luminosas, colores, formas, distancias, a través del órgano de la vista y que posteriormente a través de células receptoras se encargan de armarlas en forma de imágenes para ser transmitidas al cerebro e interpretar de acuerdo a la información culturalmente aprendida (Lezcano, 2013).

Dávila y Panduro (2013), por su parte definen a la percepción visual como la facultad propia del ser humano de conocer y distinguir los estímulos visuales para interpretarlos a partir de experiencias pasadas.

La percepción auditiva está relacionada a los receptores localizados en el oído donde se identifican e interpretan las ondas sonoras, esta capacidad es el resultado de la interacción de diversos factores como estímulos externos, experiencias y recuerdos asociados a imágenes o ideas (Fréré et.al., 2022).

Por su parte, la percepción social se refiere a las emociones que generan en las personas distintas situaciones bajo la influencia del conocimiento adquirido en la infancia, así como a las emociones percibidas de unas personas con relación a otras. Sin embargo, existen especialistas que conceptualizan este hecho como cognición social más que como percepción (Richard, 2023).

La percepción social puede comprenderse de tres formas: la primera es por los efectos del medio sobre la percepción que explica la influencia sobre determinados procesos de carácter cultural en el medio ambiente físico y social, la segunda forma es por la percepción de las personas que implica diversos mecanismos de recepción como la formación de impresiones sobre alguien y el procesamiento de información sobre las características de las personas, y la tercera forma por la percepción del medio social que expone la relación del individuo con el medio ambiente (Salazar, et al, 2015).

Así, la percepción en sus tres dimensiones se organiza para analizar el rol de la mujer en el periodismo deportivo. Este último es conceptualizado como el vínculo que une a los medios de comunicación, el deporte y el público (Torres et. al., 2022).

Cabe resaltar que, el periodismo deportivo tiene su origen en los tradicionales juegos olímpicos en Atenas, desde entonces ha evolucionado teniendo presencia en distintos medios de comunicación como la radio, televisión, prensa y portales digitales (Meset, et al.,2022).

En el Perú, no figura registro que muestre con exactitud el origen del periodismo deportivo, no obstante, se precisa del conocimiento de una primera publicación escrita que hace referencia de un partido de fútbol que se dio en Lima en 1892. Frente a esto, Castelli et. al. (2022) explica que el rol de la televisión ha sido de gran importancia, puesto que viene a ser el medio con mayor acogida para las transmisiones deportivas, por tal razón los contenidos emitidos en ella han ido

transformándose con la finalidad de adaptarse a las demandas del público y, de esta forma, seguir liderando en la preferencia de la audiencia.

Lo manifestado por Castelli, Méndez y Ortega expone entonces, la importancia de profesionales capacitados para dichos puestos, indistintamente de su género, ante esto se expone el rol que cumple la mujer como periodista deportivo.

Los roles profesionales se basan en las funciones que se le atribuye a cada persona y que está sujeta a cumplir, por tal razón estas se pueden definir como comportamientos o deberes (Jiménez, 2016). Desde un ámbito laboral, están relacionados a la división del trabajo que ha sido asignado previamente de acuerdo a conocimientos, cualidades y capacidades centrándose en el rol de la mujer como profesional. Este rol está estructurado de acuerdo a diversos factores como su nivel de conocimientos, habilidades y destrezas para ejercer determinados puestos y la inserción laboral que muchas no corresponde con el porcentaje de mujeres periodistas en el mercado laboral de las comunicaciones (Huamán y Vasquez, 2022).

El aspecto laboral expone los marcos socioculturales establecidos que reflejan evidentes desigualdades relacionadas a la configuración de identidades y a las asignaciones de roles entre hombres y mujeres dentro del periodismo. Esto se puede corroborar en los estudios que demuestran que el número de mujeres que se desarrollan en espacios deportivos es reducido, principalmente en puestos complementarios siendo un evidente desafío para la mujer (Unesco, 2019).

Por otra parte, rol social de la mujer está relacionado con los estereotipos definidos como aquellas ideas o nociones inmutables que un grupo social tiene sobre otro, mismo que se atribuye de manera generalizada dando cabida a juicios de valor (Nieto, 2020).

Estos estereotipos se evidencian con mayor énfasis en el ámbito del periodismo deportivo, siendo exigidos por la audiencia y por consiguiente dentro del mismo medio. Estos estereotipos se pueden observar en varios aspectos como en el uso del lenguaje cargado de sexismo que perpetúa las desigualdades entre hombres y mujeres. Para Briceño (2022), las mujeres periodistas deportivas poco o nada han

logrado modificar estos contenidos ni el tratamiento de estos que son elaborados y emitidos teniendo la figura masculina como fiel receptorista. En el caso de la televisión, los estereotipos están enmarcados principalmente en la imagen de la mujer. La presentación de la figura femenina dentro de este medio está asociada a la belleza y seducción, más allá de las capacidades y cualidades.

Otro punto importante del rol social de la mujer en el periodismo deportivo, es la aceptación del público. Se necesita entender que los contenidos se desarrollan con base en las preferencias del público objetivo y sus necesidades, por ello, existe una ascendente aceptación de la mujer en espacios deportivos, no obstante, se centra en funciones específicas, como el discurso que se configura como un mecanismo emocional vinculado a la aceptación o rechazo ante el público (García, 2020).

Con respecto al contenido sobre el fútbol, Bustamante (2022) indica que el hombre es la principal representación de este deporte, siendo este a su vez, la principal audiencia que busca sentirse representado a través de la narración de partidos. Para García (2020) el discurso femenino no es aceptado por el público y muchas veces resulta ser discriminado, por tal razón la presencia de narradoras no es algo que se pueda apreciar usualmente.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación: Esta investigación es de tipo básico y se desarrolló con un enfoque cualitativo pues buscó describir, interpretar y comprender la percepción de los trujillanos con respecto al rol que tiene la mujer en el periodismo deportivo.

Para Gibbs (2012) este enfoque permite entender, describir y explicar determinados fenómenos sociales desde su origen. En esa línea, Vega, et al. (2014) indican que una de las principales características de este enfoque, es el que el investigador, observa los hechos en su ambiente natural, siendo en muchos casos el involucrado directo con las personas a las que estudia y por ende con sus experiencias.

Por su parte, para Hernández, Fernández y Baptista (2014) la indagación suele ser de manera dinámica entre los hechos y su respectiva interpretación, llegando a ser de un proceso cíclico donde la secuencia puede variar en cada estudio. (p.40).

Diseño de investigación: Esta investigación posee un diseño fenomenológico centrado en las experiencias subjetivas de cada individuo, busca describir y comprender determinados fenómenos desde la perspectiva de cada uno de los participantes, así como analizar el discurso de cada uno de ellos, buscando posibles significados. Por tal razón, las técnicas aplicadas se han dirigido a encontrar temas referentes a experiencias diarias y excepcionales. (Hernández, et al., 2014).

3.2. Categoría, subcategoría y matriz de categorización

Categoría 1: Percepción

La categoría percepción tiene como subcategoría a sus tipos, siendo estos; la percepción visual, la percepción social y la percepción visual. El concepto de percepción es un proceso básico de la actividad mental que es condicionante para el funcionamiento del aprendizaje, el pensamiento, la memoria y la simbolización.

Categoría 2: Periodismo deportivo

La categoría periodismo deportivo se subdivide en el rol profesional y el rol social de la mujer. A su vez, el rol profesional se subdivide en la capacidad de desempeño y la inserción laboral. Mientras que, el rol social se subdivide en estereotipos y aceptación del público. Conceptualizado como el vínculo que une a los medios de comunicación, el deporte y el público

3.3. Escenario de estudio

El escenario de este estudio se enmarcó en la ciudad de Trujillo, en el departamento de la Libertad. Tomando como objeto a 20 hombres trujillanos de 20 a 40 años que consumen contenidos deportivos nacionales e internacionales.

La elección del escenario de estudio, radica principalmente en la descentralización pues hasta ahora, las investigaciones encontradas fueron realizadas en Lima, por tal motivo, se buscó descentralizar las investigaciones, y se tomó como escenario de estudio la tercera ciudad más poblada del Perú, como es Trujillo donde se evidencia un alto índice de personas aficionadas al fútbol; deporte principal del país.

3.4. Participantes

Este estudio contó con la participación de 20 hombres trujillanos que consumen contenido deportivo televisivo cuyas edades oscilan entre los 20 y 40 años. Son seguidores de equipos deportivos regionales, tales como Carlos A. Manucci y César Vallejo. Además, son consumidores de programas deportivos regionales por lo que su opinión se torna relevante para enriquecer el contenido deportivo regional.

Por otra parte, el rango de edad se seleccionó de dicha forma para obtener percepciones distintas sin distinción de entornos socioculturales. Esta información nos permitió enriquecer la investigación.

Criterios de inclusión

- Hombres radicados en la ciudad de Trujillo.

- Hombres de 20 a 40 años.
- Hombres que consumen contenidos producidos sobre deporte.

Criterios de exclusión

- Mujeres de cualquier edad.
- Hombres que no consumen contenido deportivo (periodismo).
- Hombres menores a 20 años.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica de recolección de datos fue una entrevista a profundidad, tuvo como instrumento la guía de entrevista con preguntas abiertas relacionadas con las categorías. La entrevista estuvo dirigida para los 20 participantes hombres.

Díaz (2013), refiere que la entrevista es aquella comunicación interpersonal que se establece entre investigador y el sujeto que forma parte del estudio con la finalidad de obtener respuestas verbales que responderán a las interrogantes previamente establecidas sobre un tema, de igual manera sostiene que debido a su flexibilidad y adaptación al contexto, esta técnica permite obtener información adicional, que inicialmente no se tenía identificada.

Este instrumento fue validado por tres expertos en la materia para corroborar la pertinencia del mismo.

3.6. Procedimiento

Para llevar a cabo esta investigación, se siguió una serie de pasos que permitieron llevar un orden con la finalidad de alcanzar los objetivos trazados.

Inicialmente, se buscó conocer la realidad problemática de manera local e internacional, identificando las diferentes rutas que tomó cada investigador, encontrando de esta forma una ruta propia para esta investigación.

Después, se seleccionó información trascendente que serviría como base, estos estudios fueron seleccionados por tener la misma categoría de estudio y a su vez guardaban similitud con en el diseño de estudio.

Posteriormente se procedió a elaborar el instrumento de investigación, el cual se aplicó a los 20 participantes seleccionados de acuerdo a los requerimientos de los objetivos de este estudio. Para obtener la representatividad de los entrevistados, se hizo una búsqueda de hombres que pertenezcan a los equipos futbolísticos trujillanos, sean futbolistas o aficionados.

Finalmente, se interpretó y analizó la información recolectada.

3.7. Rigor científico

Durán (2006) expresa que el rigor científico involucra diversos elementos que tienen como finalidad buscar un resultado eficaz y claro del tema se va abordar, respetando su fiabilidad.

Con respecto a esta investigación, entre los principales criterios se encuentran la fundamentación de la información que fue extraída de buscadores de confiabilidad como Scielo, Dialnet, Redalyc y el Repositorio Nacional Digital Alicia Concytec, así como libros digitales, para esto, las principales búsquedas se centraron en la percepción y el periodismo deportivo que involucra a la mujer.

Con respecto a la validez del instrumento, antes de su aplicación fue validado mediante el juicio de profesionales de la carrera de Ciencia de la Comunicación con especialidad en periodismo.

3.8. Método de análisis de datos

Para esta investigación, se empleó la guía de entrevista, en la cual cada ítem que la compone está debidamente relacionado de acuerdo a las categorías de estudio. Posteriormente a su aplicación, se estableció un orden para organizar la información recabada, esta inició con la transcripción de las entrevistas de cada uno de los participantes, para posteriormente llevar a cabo la técnica del procesamiento de datos, el cual se llevará a cabo a través del software Atlas ti 9 donde se codificó de acuerdo a las categorías y subcategorías, por último, se extraerá un resumen de la información procesada, para luego relacionarlas con los objetivos y antecedentes de este estudio.

3.9. Aspectos éticos

Esta investigación se sustenta bajo principios éticos, siendo la originalidad el principal de ellos, por tal razón se sustenta que la información vertida en esta investigación posee una naturaleza única, teniendo como referencias, materiales bibliográficos debidamente citados respetando de esta forma la autoría de los investigadores. Del mismo modo, en referencia a la participación de los participantes del estudio, se cuenta con su libre consentimiento de cada uno de ellos.

Por otra parte, en lo que respecta al manejo y/o tratamiento de la información obtenida esta fue en total transparencia sin modificar o eliminar información obtenida, evitando de esta forma la desacreditación de este estudio.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Esta investigación estableció como objetivo general identificar la percepción de los trujillanos con respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo, para ello, se ha analizado la percepción visual y auditiva, la percepción social y finalmente el análisis del rol profesional.

Para analizar la percepción visual y auditiva se ha clasificado en los ítems: la importancia de los comentarios vertidos, la presencia en narraciones de torneos grandes, el lenguaje y tratamiento de la información periodística, la relación existente entre la imagen femenina con el rating, el aspecto físico y la importancia de una figura femenina en estos programas (ver en anexo 7, figura 1).

En ese sentido, los entrevistados indicaron que consideran importantes los comentarios vertidos por una periodista en un programa deportivo debido a que pueden tener nuevos aportes y darles una visión distinta a los programas deportivos, se trata de enriquecer y complementar los discursos de las figuras masculinas. Esto no coincide con García (2020) que encontró que el discurso femenino no es aceptado por el público y es discriminado, hallazgo respaldado por Briceño (2022) que indica que las periodistas deportivas no han obtenido grandes logros que eviten dicha discriminación y desigualdad.

Con respecto a la presencia en narraciones de torneos grandes como un mundial, la mayoría expresa aceptación a la posibilidad de una narradora, aunque condicionan esta narración a una capacitación y conocimiento técnico elevado. Es decir, no existe resistencia a escuchar las narraciones de una mujer debido al machismo, sino que se atribuye esta oposición a la experiencia y capacidades adquiridas por la periodista para desenvolverse. Esto no coincide con Bustamante (2022), que explica que el hombre es la principal representación del periodismo deportivo, así como la audiencia que busca ser representada a través de la narración de partidos mayormente es hombre. De la misma manera, Reñón (2021), encontró que existen desigualdades en el ámbito de la narración, siendo este, un puesto de trabajo con mayor accesibilidad para los hombres.

Además, los resultados indican que la mayoría considera que las periodistas no

deben emplear el mismo lenguaje que los hombres, por el contrario, consideran que cada periodista debe tener su propio estilo, que en la diversidad encuentran algo interesante para consumir este tipo de productos periodísticos. Esto coincide con los hallazgos de Nieto (2020) que explica que el uso del lenguaje cargado de sexismo en el periodismo deportivo, perpetúa las desigualdades entre hombres y mujeres; reforzado por la UNESCO (2019) que relaciona estas desigualdades a la configuración de identidades y roles de los géneros en el periodismo. Por el contrario, García (2020), especifica que los discursos de hombres y mujeres deben tener ser igualitarios basándose en las emociones.

Esto significa que, los entrevistados aceptan a la mujer en el nivel auditivo puesto que consideran que se configuran como un nuevo aporte al rubro donde las mujeres deben capacitarse y ser experimentadas, utilizando un lenguaje propio que genere enriquecimiento al periodismo deportivo.

En el aspecto visual, la mayoría consideran que actualmente la presencia de las mujeres en estos programas inciden en el aumento de rating, pero no por sus capacidades, si no por su aspecto físico que es el que realmente llama la atención. Esto coincide con Andía (2021) que obtuvo en su investigación que la mujer es tomada como elemento de atracción para la audiencia teniendo una percepción inferior con respecto a la imagen masculina, contrario a la opinión de Escoto et. al. (2020) que obtuvo que la mujer no solo es valorada por su imagen, sino que tiene un rol más importante (ver en anexo 7, figura 2).

Los resultados muestran que el aspecto físico de la periodista deportiva tiene importancia por dos razones: porque consideran que es importante la higiene y el buen vestir sin importar otras características relacionadas con la raza y el peso, mientras que otros dan importancia a la raza incluyendo el aspecto de la piel (color y textura), el peso, la forma del cuerpo, entre otros. Finalmente, la mayoría considera que la presencia femenina no debe ser una obligación pero que sí es importante la equidad de género incluso en entornos que se conocen como "solo de hombres". Esto coincide con Nieto (2020) pues en sus hallazgos obtuvo que los participantes afirmaron que existe sexismo dentro del campo periodístico, no obstante, se reconoció la presencia femenina como parte

importante obteniendo una percepción positiva. Por el contrario, Charcopa (2022) revela que la escasa participación de la mujer dentro del periodismo deportivo, no se debe a estereotipos de género ya que el ambiente laboral se basa en el respeto y la cordialidad.

Esto significa que, aunque los entrevistados no consideran que sea obligatoria la presencia femenina, sí consideran importante su presencia en el periodismo deportivo, pues generan mayor rating tanto con su presencia física como mujer como por su atuendo y forma de vestir al ser comentaristas, no atribuyen causas de machismo puesto que afirman que el ambiente laboral se basa en el respeto y la cordialidad.

El segundo objetivo específico, analiza la percepción social cuyo ítem está directamente relacionado con el protagonismo (ver en anexo 7, figura 3). Frente a esto, se realizó el cuestionamiento de la percepción que tiene la sociedad sobre quién tiene mayor protagonismo dentro del periodismo deportivo, si el hombre o la mujer. Las personas entrevistadas, en su totalidad, consideran que los hombres tienen mayor protagonismo por cuatro razones: porque los hombres han demostrado tener más conocimiento que las mujeres en temas deportivos, por el marcado machismo existente en la sociedad, porque los hombres tienen más experiencia, y porque existen escasas mujeres dedicadas a este rubro. Los entrevistados perciben un vínculo muy fuerte entre el deporte y la masculinidad, que tiene relación con la analogía hombre futbolista – hombre periodista entendiendo que se identifican y relacionan emocionalmente con el juego generando más polémica, alegría y entusiasmo. Estos hallazgos coinciden parcialmente con los resultados de Bustamante (2022), pues contrario a los resultados de esta investigación se atribuye a los estereotipos la existencia de diferencias de sexo dentro del periodismo en la televisión peruana. Pero coinciden al atribuirle dichas diferencias al sentido de pertenencia del sexo masculino con respecto al fútbol. Así como, coincide con Andía (2021) que encontró en su investigación que existe una percepción inferior sobre la mujer en comparación a la imagen masculina, reforzado por Bustamante (2022) que indica que el hombre es la principal representación de este deporte, siendo este a su vez, la principal audiencia que busca sentirse representado a través de la

narración de partidos.

Con respecto a los factores de preferencia de los hombres en la conducción de estos espacios periodísticos, los entrevistados opinan que los medios de comunicación optan por poner conductores hombres porque tienen más conocimiento, pero también atribuyen esta causa al machismo y a su costumbre de escuchar únicamente a hombres. Esto coincide con Nieto (2020) que indica que existe sexismo dentro del campo del periodismo, Puerto (2022) explica que el 88% de cargo directivos son ocupados por hombres, los anterior respaldado por Gándara y Heram (2020) que justifica la preferencia de los hombres en los pedidos de la audiencia que muestran inclinación por la figura masculina y es un patrón establecido en la sociedad.

Esto significa que, socialmente, el periodismo deportivo está comandado por hombres debido a la relación emocional que representa para ellos, por su *expertise* y amplio conocimiento sobre el de las mujeres, además de la escasa participación de mujeres en este rubro. Además, las estadísticas muestran la prevalencia de hombres sobre mujeres en el periodismo deportivo.

Finalmente, para determinar la posición que adoptan los trujillanos sobre el papel de la mujer en el periodismo deportivo, se ha tenido en cuenta la subcategoría relacionada con el rol de la mujer a nivel profesional (ver en anexo 7, figura 4). Los ítems se dirigieron a la posibilidad de crecimiento en el entorno del periodismo deportivo, a las oportunidades y a las capacidades de las mujeres en el periodismo deportivo.

Con respecto a la posibilidad de crecimiento de la mujer periodista en un entorno deportivo, todos los entrevistados consideran que las mujeres podrían ser periodistas destacadas en el mundo del deporte debido a que los deportes no solo son de interés de hombres o mujeres. Es un interés común entender que los deportes son practicados por ambos sexos, son de interés de ambos sexos así que pueden ser tratados, narrados, comentados, investigados y presentados por hombres y mujeres de forma indistinta. Esto coincide con Escoto et. al. (2020) que muestra el incremento de la presencia femenina dentro del rubro. Sin embargo, la realidad es distinta pues Juárez (2023) indica que las mujeres

periodistas pueden ganar hasta un 33% menos que los hombres, así como Charcopa (2022) no atribuye la poca participación de la mujer a un tema de estereotipos puesto que afirma que el ambiente laboral se basa en el respeto y la cordialidad.

Sobre la percepción de los entrevistados con relación a las oportunidades de la mujer en comparación a la de los hombres, la mayoría considera que las mujeres tienen menores oportunidades que los hombres en el periodismo deportivo por las siguientes razones: sociedad reacia a la inserción del papel femenino en el periodismo deportivo, corrupción del sector, falta de capacidades, y el machismo. Sin embargo, expresan que, si bien son menores sus oportunidades con respecto a los hombres, hay una diferencia abismal con las oportunidades que se presentaban hace algunos años. Entonces, la lucha por la equidad de género, representa una oportunidad para el crecimiento del género femenino en el mundo periodístico deportivo. Esto coincide con Escoto et. al. (2020) que en sus hallazgos obtuvo que existe incremento en la presencia femenina dentro del rubro, pues la mujer no solo es valorada por su imagen, sino que también con sus capacidades. Así como, coincide con Rivas (2021) que indica la escasez de incidencia de mujeres en puestos de alto rango en el rubro deportivo.

Finalmente, con respecto a las capacidades, la mayoría de entrevistados consideran que las mujeres tienen la capacidad necesaria para desenvolverse en el rubro deportivo, con capacitación, conocimiento y práctica que se va adquiriendo con el tiempo. Esto no coincide con Rivas (2021) que encontró en sus hallazgos que es escasa la presencia de la mujer en los puestos de alto rango dentro del mundo deportivo, sin embargo, coincide en que la preparación para una mujer es clave dentro de los espacios periodísticos, puesto que estos evidencian mayor competitividad con relación al género. Además, no coincide con Briceño (2022) que asocia la presentación de la figura femenina a la belleza y la seducción, incluso más allá de las capacidades y cualidades. Por otro lado, Huamán y Vasquez (2022) indican que la mujer tiene la capacidad suficiente y que los roles de la mujer y el hombre en el periodismo deportivo deben ser divididas adecuadamente centrándose en el rol de la mujer como profesional y no como objeto.

Esto significa que, las mujeres podrían tener las mismas posibilidades de crecimiento que el hombre porque los deportes son de interés común y son practicados por todos, considerando que las mujeres tienen las mismas capacidades que los hombres y pueden desarrollarlas. Sin embargo, la realidad es que son menores las oportunidades de las mujeres por la sociedad reacia a la inserción del papel femenino en el periodismo deportivo y el machismo.

V. CONCLUSIONES

- La percepción de los trujillanos sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo es positiva, condicionando su aceptación a capacitación y experiencia. Esta aceptación es tanto a nivel auditivo, visual y social. Aunque perciben que el hombre tiene mejor posicionamiento en el rubro, no descartan mayor participación de la mujer.
- En el nivel auditivo, los entrevistados aceptan a la mujer puesto que consideran que se configuran como un nuevo aporte al rubro donde las mujeres deben capacitarse y ser experimentadas, utilizando un lenguaje propio que genere enriquecimiento al periodismo deportivo. En el nivel visual, no consideran que sea obligatoria pero sí consideran importante su presencia en el periodismo deportivo, pues generan mayor rating tanto con su presencia física como mujer como por su atuendo y forma de vestir al ser comentaristas, no atribuyen causas de machismo puesto que afirman que el ambiente laboral se basa en el respeto y la cordialidad.
- Socialmente, el periodismo deportivo está comandado por hombres debido a la relación emocional que representa para ellos, por su *expertise* y amplio conocimiento sobre el de las mujeres, además de la escasa participación de mujeres en este rubro. Además, las estadísticas muestran la prevalencia de hombres sobre mujeres en el periodismo deportivo.
- La posición de los trujillanos respecto a las periodistas deportivas es que las mujeres podrían tener las mismas posibilidades de crecimiento que el hombre porque los deportes son de interés común y son practicados por todos, considerando que las mujeres tienen las mismas capacidades que los hombres y pueden desarrollarlas. Sin embargo, la realidad es que son menores las oportunidades de las mujeres debido a la sociedad reacia a la inserción del papel femenino en el periodismo deportivo, la corrupción del sector y el machismo.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a futuros periodistas deportivos, incentivar espacios de diálogo en programas deportivos donde las mujeres puedan mostrar sus capacidades y generar experiencia propia, dando a conocer sus opiniones que no necesariamente son iguales a las de los hombres.
- Se recomienda a futuras periodistas deportivas, capacitarse y conseguir espacios donde puedan poner en práctica sus conocimientos para obtener la experiencia que tanto pone la audiencia como condición para ser escuchadas, a pesar de estar en un entorno con cierto nivel de corrupción y machismo.
- Se recomienda a futuros investigadores, hacer énfasis en el rol que debe tener la mujer en espacios de periodismo deportivo, pues esta investigación considera que la periodista deportiva no debe seguir los pasos de los periodistas, sino que debe tener un rol que complemente y enriquezca a fin de mostrarse indispensables por el valor agregado que puede dar su presencia en el periodismo deportivo.
- Se recomienda a los clubes deportivos, incluir como parte de sus estrategia de responsabilidad social, programas de capacitación a periodistas mujeres para aportar con su crecimiento profesional desde equipos tradicionales de Trujillo.
- Se recomienda a los medios de comunicación tradicionales y digitales, implementar espacios deportivos con creatividad e innovación, incluyendo a mujeres periodistas en estos nuevos formatos.

REFERENCIAS

- Andía, L. M. (2021). La percepción del público respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo en los programas radiales, Caso: exitosa deportes [tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio UPN. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30160/Leonela%20Mavel%20Andia%20Carranza.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Briceño, A. B. (2022). Participación de la mujer en el periodismo deportivo en Latinoamérica [tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio de la Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/59caa598-392e-4b4f-805d-ccf720770909/content>
- Bustamante, K. A. (2023). El rol de la mujer periodista en programas deportivos en el Perú [tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/660750>
- Campoverde, K. J., Freré, J. S., Sarco, E. M., y Véliz, J. P. (2022). Perception, cognition and interactivity. *Recimundo*, 6(2), 151-159. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1555/1989>
- Castelli, A. K., Méndez, B., & Ortega, L. G. (2022). Del periodismo tradicional a las nuevas plataformas digitales para hablar sobre mujeres en el deporte. *Edähi Boletín Científico De Ciencias Sociales Y Humanidades Del ICSHu*, 10(20), 57-64. <https://doi.org/10.29057/icshu.v10i20.7872>
- Charcopa, S. M. (2022). Estereotipos de género: Participación de la mujer en el medio Área Deportiva Digital del cantón Salinas [tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio UPSE. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8547>
- Chávez, F. A. (2021). Rol de la mujer en el periodismo deportivo en canales de señal abierta en Lima, 2019 [tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio académico USMP. <https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8480/%20C>

HAVEZ_HF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dávila, D., Panduro, C. M., Salvador, C. E., & Vargas, L.M. (2013). Aplicación del programa de aprestamiento proyectivo para mejorar la percepción visual en los niños y niñas de la Institución Educativa Inicial N° 211 – Rioja [tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Institucional de la Universidad. http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/2253/TP_EDU_IO_0079_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y

De Santis, A., Tamay, A. y Torres, A. (2022). Reflexiones sobre periodismo deportivo. Editorial Abya Yala: Ecuador. <http://gamelab.ups.edu.ec/wp-content/uploads/2018/10/REFLEXIONES-SOBRE-PERIODISMO-DEPORTIVO-MAYO.pdf>

Escoto, M. M., Garache, K. B. y Silva, A. V. (2020). *Percepción de los estudiantes de 3ro y 4to año de la carrera de Comunicación Social UNAN-León en la participación de la mujer en el Periodismo Deportivo. Periodo comprendido marzo - agosto 2019* [tesis de pregrado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. Repositorio Institucional UNAN-León. <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/9155>

Gándara, S. y Heram, Y. (2020). Pionera: los aportes de Michèle Mattelart al campo comunicacional. *Matrizes*, 14(3), 51-68. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v14i3p51-68>

Grados, L. (2018). Para Fox Sports Perú las mujeres solo sirven de adorno y estas son las pruebas. *Útero*. Consultado el 18 de diciembre del 2022. <http://utero.pe/2018/05/02/para-fox-sports-peru-las-mujeres-solo-sirven-de-adorno-y-estas-son-las-pruebas/>

Gibbs, G. (2012). El análisis de datos cualitativos en investigación cualitativa. Ediciones Morata.

Guamán, M. y Vásquez, S. (2022). Cobertura de eventos deportivos. Primera editorial. <http://gamelab.ups.edu.ec/wp-content/uploads/2018/10/COBERTURA-DE-EVENTOS-DEPORTIVOS.pdf#page=36>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la

Investigación. México: Mc Graw Hill

- Jiménez, D. (2016). Sistematización de las prácticas: mujeres, fútbol y periodismo [tesis de pregrado, Universidad Minuto de Dios]. Repositorio institucional UNIMINUTO. <https://tesis.unsm.edu.pe/handle/11458/2253>
- Juarez, B. (2023). ¿Cómo es la brecha laboral de género en el mundo del periodismo en México? El economista. Consultado el 14 de mayo del 2023. <https://www.eleconomista.com.mx/capitalhumano/Como-es-la-brecha-laboral-de-genero-en-el-mundo-del-periodismo-en-Mexico-20230312-0002.html>
- Lezcano, P. A. (2014). La percepción visual en el desarrollo de los procesos cognitivos en niños de 3-5 años en el centro de desarrollo infantil “Unikids” de la ciudad de Ambato en el período abril-septiembre 2011 [tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/6624>
- Meset, F. y Lala, N. (2022). Periodismo deportivo, una revisión histórica. <http://gamelab.ups.edu.ec/wp-content/uploads/2018/10/REFLEXIONES-SOBRE-PERIODISMO-DEPORTIVO-MAYO.pdf>
- Mujeres sin nombre. (2023). Avances en la presencia de la mujer en medios de comunicación y el desafío pendiente. Sumarse. Consultado el 13 de mayo del 2023. <https://www.sumarse.org.pa/mujeres-sin-nombre/>
- Nieto, A. E. (2020). Estudio de recepción sobre el estereotipo de la mujer en los programas de televisión deportivo: Caso de estudio Gol Tv y Direct Tv Sports [tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Digital Universidad Politécnica Salesiana. <https://core.ac.uk/download/pdf/286590062.pdf>
- Núñez, A. (2017). Periodismo deportivo, un terreno de juego desigual. AmecoPress, información para la igualdad. Consultado el 10 de mayo de 2023. <https://amecopress.net/Periodismo-deportivo-un-terreno-de-juego-desigual>
- Observatorio de discriminación. (2022). Informe magazine 2022. *Publicación s. f.*, 1-16. <http://www.obserdiscriminacion.gob.ar/wp-content/uploads/2022/04/observatorio-radio-tv.pdf>
- Puerto, L. (2022). Periodismo: una profesión ejercida por mujeres, pero liderada

por hombres. Capital. Consultado el 05 de mayo del 2023.
<https://capital.es/2022/08/27/periodismo-profesion-mujeres-directivos/>

Revilla, C. E. (2022). Percepción del periodismo deportivo en los estudiantes de la escuela profesional de periodismo de la universidad Jaime Bausate y Meza, 2021 [tesis de pregrado, Universidad Jaime Bausate y Meza]. Repositorio de la Universidad Jaime Bausate y Meza.
<https://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14229/294/Revilla-Rodr%C3%ADguez-Carlos-Eduardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Richard, H. (2023). Sensación y Percepción: Un Enfoque Integrado. Instituto Nacional para Ciegos. <https://biblioteca.inci.gov.co/handle/inci/19914>

Rivas, R. P. (2021). *Experiencias, funciones y desafíos en el rol profesional de mujeres del periodismo deportivo en la ciudad de Lima, 2020* [tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión]. Repositorio de tesis UPU.
<https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/4715>

Salazar, J., Montero, M., Muñoz, C., Sánchez, E., Santoro, E., & Villegas, J. (2015). Percepción Social. En *Psicología Social* (pp.77-109). México: Trillas.

UNESCO. (2020). El 73 % de las mujeres periodistas que participaron en la encuesta de la UNESCO/ICFJ experimentó violencia en línea en el curso de su trabajo. Unesco. Consultado el 16 de mayo del 2023.
<https://www.unesco.org/es/articles/journaliststoo-el-73-de-las-mujeres-periodistas-que-participaron-en-la-encuesta-de-la-unesco/icfj>

UNESCO. (2023). Los asesinatos de periodistas aumentaron un 50% en 2022, la mitad de ellos fuera de servicio. Unesco. Consultado el 16 de mayo del 2023.
<https://www.unesco.org/es/articles/unesco-los-asesinatos-de-periodistas-aumentaron-un-50-en-2022-la-mitad-de-ellos-fuera-de-servicio>

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de Categorización

PROBLEMAS	OBJETIVOS	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGOS
¿Cuál es la percepción visual de los trujillanos de 25 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo televisivo?	Describir la percepción visual y auditiva de los trujillanos de 20 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo televisivo 2023	Percepción	Auditiva	<ul style="list-style-type: none">- Importancia de los comentarios vertidos- Lenguaje y tratamiento de la información- Presencia en narración de torneos grandes

¿Cuál es la percepción
auditiva de los
trujillanos de 25 a 40
años respecto al rol de
la mujer en el
periodismo deportivo
televisivo?

Visual

- La imagen femenina
y el rating
- Evaluación de la
apariencia física
- Importancia de la
presencia femenina

<p>¿Cuál percepción social de los trujillanos de 25 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo televisivo?</p>	<p>Describir la percepción social de los trujillanos de 20 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo televisivo 2023</p>		<p>Social</p>	<ul style="list-style-type: none">- Protagonismo- Factores de preferencia
--	---	--	---------------	--

<p>¿De qué manera percibe la población trujillana el rol que desempeña la mujer en el periodismo deportivo televisivo en el año 2023?</p>	<p>Analizar la posición que adoptan los trujillanos de 20 a 40 años tras la percepción del rol de la mujer en el periodismo deportivo 2023</p>	<p>Periodismo deportivo</p>	<p>Profesional</p>	<ul style="list-style-type: none">- Posibilidad de crecimiento- Capacidades- Oportunidades
---	--	-----------------------------	--------------------	--

ANEXO 2: Matriz de consistencia

ÁMBITO TEMÁTICO	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍAS	SUB CATEGORÍAS	CÓDIGOS
-----------------	---------------------------	-------------------------------	------------------	-----------------------	------------	----------------	---------

Periodismo	¿De qué manera perciben los trujillanos de 20 a 40 años el rol que desempeña a la mujer en el periodismo deportivo televisivo 2022?	¿Cuál es la percepción visual de los trujillanos de 25 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo televisivo? ¿Cuál es la percepción auditiva de los trujillanos de 25 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo televisivo?	Identificar la percepción de los trujillanos de 20 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo televisivo 2022.	Describir la percepción visual y auditiva de los trujillanos de 20 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo televisivo 2022	Percepción	TIPO	VISUAL AUDITIVA SOCIAL
------------	---	--	--	---	------------	------	--------------------------------------

¿Cuál
percepción
social de los
trujillanos de 25
a 40 años
respecto al rol
de la mujer en el
periodismo
televisivo?

Describir la percepción social
de los trujillanos de 20 a 40
años respecto al rol de la mujer
en el periodismo deportivo
televisivo 2022

		<p>¿Cuál es la posición que adoptan los trujillanos tras la percepción del rol de la mujer en el periodismo deportivo?</p>		<p>Analizar la posición que adoptan los trujillanos de 20 a 40 años tras la percepción del rol de la mujer en el periodismo deportivo 2022.</p>	<p>Periodismo deportivo</p>	<p>ROL</p>	<p>ROL SOCIAL</p> <p>ROL PROFESIONAL</p>
--	--	--	--	---	-----------------------------	------------	--

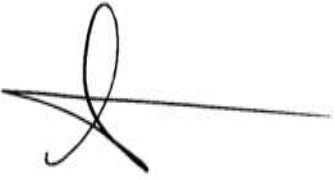
ANEXO 3: Instrumento de investigación (Entrevistas individuales-audiencia masculina).

Nombre del entrevistado:			
Edad:			
Lugar de residencia:			
PERCEPCIÓN (CATEGORÍA 1)			
	Pregunta	Respuesta	Observaciones
AUDITIVA	¿Considera importantes los comentarios vertidos por una periodista en un programa deportivo televisivo?		
	¿Sería agradable para usted que la narración del partido de la gran final de Qatar 2022 sea dirigida por una periodista deportiva?		
	¿Consideras que el tratamiento de una periodista mujer debe ser igual que el de un periodista hombre?		


VISUAL	¿Considera que la presencia de una periodista en un programa deportivo incide en el rating del medio?		
	¿Es importante el aspecto físico en una periodista deportiva para participar en un programa televisivo?		
	¿Considera importante el aspecto físico de una periodista dentro de programas televisivos deportivos?		
SOCIAL	¿Quién considera que tiene mayor protagonismo dentro del periodismo deportivo televisivo? ¿El hombre o la mujer?		
PERIODISMO DEPORTIVO (ROL)			
ROL SOCIAL	¿Considera que la mujer podría ser una periodista destacada en el mundo del deporte?		
	¿Cuál cree que es el factor por el cual los medios optan por poner a conductores hombres en los programas deportivos?		
	¿Considera que la mujer tiene mayores o		

ROL PROFESIONAL	menores oportunidades dentro de los programas deportivos?		
	¿Considera que las mujeres periodistas presentadas en tv, tienen la capacidad necesaria en deportes?		

ANEXO 4: Validaciones de instrumento de investigación

Nombres y Apellidos	TOMAS ALBERTO GARAY AVENDAÑO	DNI N°	16022908
Nombre del Instrumento	Guía de entrevista		
Dirección domiciliaria	Lima- Perú	Teléfono domicilio	-----
Título Profesional/Especialidad	Lic. Ciencias de la comunicación	Teléfono Celular	962585558
Grado Académico	Magister		
Mención	Maestro en Periodismo		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 30 de junio de 2023

Nombres y Apellidos	CLAUDIA ISABEL LLANOS VERA	DNI N°	42230153
Nombre del Instrumento	Guía de entrevista		
Dirección domiciliaria	Calle Las Esmeraldas 286 urb Santa Inés	Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Licenciada en Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	977800890
Grado Académico	Magister		
Mención	Magister en Investigación y Docencia Universitaria		
FIRMA	 Claudia Isabel Llanos Vera	Lugar y Fecha:	Trujillo, 21 de junio de 2023

Nombres y Apellidos	KARINN JACQUELINE CHÁVEZ DÍAZ	DNI N°	43569823
Nombre del Instrumento	Guía de entrevista		
Dirección domiciliaria	Trujillo - Perú	Teléfono domicilio	-----
Título Profesional/Especialidad	Lic. Ciencias de la comunicación	Teléfono Celular	987654323
Grado Académico	Doctora		
Mención	Ciencias de la Comunicación		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 30 de mayo de 2023

ANEXO 5: Entrevistas aplicadas y codificación

SUBCATEGORÍA	CÓDIGOS	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11
AUDITIVA	Importancia de los comentarios	Si, considero que está bien determinado. El género femenino se ha...	Si, porque deben tener algo más que acotar y nuevo. Otra perspectiva...	Yo creo que si, mientras tenga fundamentos técnicos y emocionales.	Claro que si	Claro, no tengo problema en escucharla. Siempre que tenga...	Claro que si, los deportistas (hombres o...	Claro, porque todos tenemos derecho a ejercer el periodismo.	Considero que si es importante	Si	Si, creo que la capacidad de analizar no tiene género	Si, en todos los deportes debe ser así
	Narraciones de periodistas deportivas	Si lo hace bien, si. Por ejemplo, he visto en Speed a una...	Creo que si, siempre que tenga experiencia en torneos locales.	Si, porque sobre todo importa la calidad de la persona, conociendo las...	Sería muy interesante	Si, sería agradable	No tendría problema. Aunque estoy acostumbrado a...	Me parecería interesante porque sería fuera de lo común.	Si, pero deben tener conocimiento a profundidad y no se...	No me sería tan atractivo escuchando a una mujer periodista.	Absolutamente, si la narración es contagiante y maneja tecnicismos es digno.	No tendría problema. Aunque estoy acostumbrado a escuchar a hombres, y me...
	Lenguaje y tratamiento de la información	No sé si deba ser igual, pero el lenguaje deportivo es común, por...	No debe tener un propio término, es propiedad. Podría...	A mi parecer si, porque el lenguaje habitual es muy masculino y...	Cada periodista tiene su estilo	No, porque cada uno debe tener su propia forma de expresarse.	No sé si uno tiene su tratamiento y forma de pensar.	Debe tener su propio estilo	Es importante que sea profesional y use un lenguaje como el de los...	Si, debe ser coherente	No necesariamente en la diferencia y sus estilos, depende de la noticia.	No sé si deba ser igual, pero el lenguaje deportivo es común, por ejemplo, si...
VISUAL	Relación presencia de la mujer y rating	Obviamente, yo creo que la presencia femenina llama más la atención.	No ha necesariamente ha llamado la atención, pero si la capacidad de la mujer se ha ganado una base en el fútbol y prensa. De ahí se gana el interés, se han abierto muchas puertas.	Yo creo que si, pero no necesariamente por su labor periodística. Creo que actualmente es por su imagen. Se debería cambiar ese tipo de visión.	Si, porque no hay muchas periodistas deportivas y llama la atención.	Considero que no.	En el mundo deportivo la nueva generación está cambiando el contenido de periodistas deportistas.	Si, porque puede ser un nuevo estilo y generar interés en el espectador	En el caso de los programas de fútbol, si.	Si, por la presencia misma que tienen	Si, pero no por su capacidad sino por sus atributos físicos.	No lo sé, creo que depende del tipo de público.
	Importancia del aspecto físico	Claro que si, en televisión deben tener buena presencia.	No necesariamente, se estereotipa que debe ser de piel clara, pero todo depende del conocimiento que tengan del deporte.	No necesariamente, hay muchos periodistas hombres que no son guapos y lo mismo debe pasar en las mujeres.	Si	En ambos casos, sea hombre o mujer no es tan necesaria, pero si una buena vestimenta.	Siempre es importante la buena imagen del periodista.	Si, porque es la presencia del programa y de su audiencia.	Si, todos deben tener una buena imagen al salir en TV.	Si, porque es más llamativo para el público	Si, la imagen es importante en todos los tipos de periodismo y géneros.	Si, es importante la higiene y el buen vestir.
	Importancia de la presencia de la mujer	Si, ahora a nivel global se ha visto un "boom"	Si, puede darle otro aire, otra intensidad.	NO es una obligación, pero si deberían ser.	Si deben existir	Si, depende el programa.	Debería ser parte del medio, incluir a los...	Si, porque es una forma distinta de verlo.	Depende, si es en fútbol si para aumentar el...	Si, porque es más llamativo para el público	Si tiene la capacidad, claro que si	Si, ahora a nivel global se ha visto un "boom" respecto a...
SOCIAL	Protagonismo	El hombre, porque hay un 80% hombre y 20% en mujeres.	Creo que por igual. Pero el machismo hace que le den más espacio a los hombres.	Lamentablemente es el hombre, porque es el que juega la mayoría de veces fútbol. Entonces la analogía es futbolista hombre : periodista hombre.	Mayormente el hombre	Ahora considero que el hombre, porque se vincula más el deporte al hombre.	El hombre, porque siempre se ha considerado que el fútbol es del hombre.	El hombre porque siempre ha estado más relacionado con el deporte.	Los hombres, porque la mayoría de periodistas deportivos son hombres.	El hombre porque hacen más polémica, le dan más alegría y entusiasmo.	El hombre, aunque con el fútbol femenino ya hay mujeres narradoras	El hombre
	PERIODISMO DEPORTIVO (ROL)											
ROL SOCIAL	Possibilidad de crecimiento	Yo creo que si es importante la presencia de la mujer en el...	Si	Si, porque en el deporte deben estar ambos sexos presentes. Si en...	Si	Si	Si, para que en esta sociedad cambie la perspectiva de los...	Claro, es importante otra perspectiva.	Si, porque los deportes no son solo para varones.	Si	Si, porque tiene que ser igualitario como en cualquier trabajo	Si
	Factores de preferencia al hombre	Por lo general, creo que los hombres tienen presencias arraigadas y la...	Depende, puede ser porque hay pocas mujeres que se...	Por el machismo, como marca la pauta. Hay muchas mujeres.	Porque son más expertos	Creo que porque consideran que el fútbol está relacionado más...	Uno de los factores es porque se ha visto al hombre más rudo y el...	Por la experiencia y porque se dedican más a ese rubro.	Por el mayor conocimiento que tenemos los hombres en...	Optan por los hombres porque están más ligados al fútbol	Por el machismo, están acostumbrados a escuchar a hombres	Depende, puede ser porque hay pocas mujeres que se dedican al periodismo
ROL PROFESIONAL	Oportunidades de la mujer periodista	Siempre que haya una buena oportunidad que se...	Mejor que el hombre, porque se les da más espacio en la prensa.	Hay pocas oportunidades de periodistas, hablamos de la prensa en general.	Tiene pocas oportunidades	Hay pocas oportunidades, pero se puede seguir buscando porque se...	Hay pocas oportunidades, pero se puede seguir buscando porque se...	En esta época, pueden tener mayores oportunidades.	Siempre y cuando demuestren tener el conocimiento necesario	Hay pocas oportunidades, pero se puede seguir buscando porque se...	Hay pocas oportunidades, pero se puede seguir buscando porque se...	Hay pocas oportunidades, pero se puede seguir buscando porque se...
	Capacidad de la mujer periodista	Si, por lo que he visto las mujeres lo hacen muy bien.	Creo que si, las que ya están capacitadas y son más detallistas en eso buscan estadísticas, resúmenes y esa podría ser su ventaja frente a los hombres.	Algunas si, pero hay muchas que no conocen los conceptos básicos. Por eso no es tan valorado su comentario.	La mujer debe empaparse mucho de deporte	He escuchado buenos comentarios de mujeres.	Si, las mujeres periodistas tienen mucho conocimiento solo que la cantidad y la experiencia de los hombres a veces pesa más.	Claro, se están capacitando y dan la talla.	Si, porque para entrar a esos programas tienen que demostrar que saben.	Hay falta de conocimiento y análisis si dan su opinión	Si, pero no basta con el conocimiento, también hay que prepararse	No les falta mucho y tienen conocimientos de los deportes.

R12	R13	R14	R15	R16	R17	R18	R19	R20
Sí	yo creo que sí	Considero que sí es importante	Sí, porque sería una especie de revolución a lo que conocemos como periodismo deportivo	Sí es con fundamento, sí	Creo que sí	No he visto a periodistas deportivas	Sí, porque deben tener algo más que acotar y nuevo. Otra perspectiva del fútbol.	No, creo que no importan los aprendizajes
Sería muy interesante	No, creo que tendría que ser una mujer mucho más conocida	Sí, son seres humanos igual que los hombres y tienen las mismas capacidades	Absolutamente, si la narración es contagiante y maneja tecnicismos es digno de consumir	Me parecería interesante porque sería fuera de lo común.	Sí lo hace bien, sí. Por ejemplo, he visto en Speed a una comentarista mujer que lo hace	Sí, me gustaría	Sí, sería una experiencia distinta	Sí, sería agradable
No, debe tener sus propios caminos, su propia lectura. Podría tener mejores	Yo creo que parecer sí, porque es un lenguaje muy peculiar	Cada periodista tiene su estilo	No, porque cada quien tiene su propia forma de expresarse	No, cada uno tiene su tratamiento y forma de pensar	Debe tener su propio estilo	Es importante que sea profesional y use un lenguaje como el de los hombres	Sí, debe ser coherente	No necesariamente, en la diferencia y sus estilos diferentes está la riqueza
Considero que no	Sí, pero no por sus conocimientos sino por su físico.	por su físico y su cuerpo	por supuesto	No	Sí	Considero que no	Sí, pero no por su capacidad sino por sus atributos físicos.	Obviamente, yo creo que la presencia femenina llama más la atención.
Sí, deben arreglarse y estar bonitas	Sí	En ambos casos, sea hombre o mujer no es tan necesaria, pero sí una buena vestimenta.	Siempre es importante la buena imagen del periodista.	Sí porque es la presencia del programa y de su audiencia.	Sí, todos deben tener una buena imagen al salir en TV	sí, porque es más llamativo para el público	Sí, la imagen es importante en todos los tipos de periodismo y géneros.	No, creo que no se puede exigir luzcan provocativas
Sí, puede darle otro aire, otra intensidad. Puede que las	No es una obligación, pero sí deberían ser parte por su	Sí deben existir	Sí, depende el programa.	Debería ser parte del medio, incluir a los periodistas que se lo	Sí, porque es una forma distinta de ver el deporte.	Depende, si es en fútbol sí para aumentar el rating	sí, porque es más llamativo para el público	Sí
se vincula más el deporte al hombre	el hombre	El machismo hace que sean los hombres	Considero que es por igual	El hombre, porque se dice que es más emotivo en el deporte	Mayormente el hombre	El hombre, porque se relaciona más el deporte al hombre.	El hombre, porque siempre se ha considerado que el fútbol es del hombre.	Los hombres tienen más protagonismo
Sí, cada día hay más posibilidades para las mujeres	Sí	Claro, la mujer a demostrado ser mejor en muchos aspectos que el hombre	Sí	Definitivamente	Obviamente, la mujer es capaz de eso y más	Sí	Sí, el machismo cada vez es menor	Sí
Por el machismo, eso marca la pauta. Hay muchas mujeres capaces pero esta	Porque son más expertos	Creo que porque consideran que el fútbol está relacionado más con los hombres y porque	Uno de los factores es porque se ha visto al hombre más rudo y el deporte implica eso.	Por la experiencia y porque se dedican más a ese rubro.	Por el mayor conocimiento que tenemos los hombres en deportes.	Optan por los hombres porque están más ligados al fútbol	Por el machismo, están acostumbrados a escuchar a hombres	Porque son más expertos.
Depende, en muchos nacionales es menor	es menor la cantidad para las mujeres	Menores	Mayores oportunidades gracias a la igualdad de género	En provincias las oportunidades son casi nulas	A pesar de la edad de género, tiene muchas oportunidades	Tiene menores oportunidades	Hoy en día, tiene más oportunidades de crecer en un mundo liderado por hombre	Menores oportunidades
Sí, se trata de capacitación	Las mujeres han ocupado muchos lugares que antes eran solo de hombres, entonces yo creo que sí	Aún no tienen el conocimiento, pero sí la capacidad para aprender.	Creo que las mujeres deben conducir programas más femeninos, de acuerdo a su condición	No, por eso la prensa está a la espera de noticias	Considero que sí	Depende de su preparación	Sí, también tiene que ver con el talento	Sí

ANEXO 6: Matriz de entrevista – Síntesis

SUBCATEGORÍAS	CÓDIGOS	SÍNTESIS
AUDITIVA	Importancia de los comentarios	La mayoría indica que consideran importante los comentarios vertidos por una periodista en un programa deportivo porque pueden tener nuevos aportes y darle una visión distinta .
	Narraciones de periodistas deportivas	La mayoría expresa aceptación a la posibilidad de una narradora en torneos importantes, aunque condicionan esta narración a una capacitación y conocimiento técnico elevado.
	Lenguaje y tratamiento de la información	La mayoría considera que cada periodista debe tener su estilo propio , que en la diversidad está lo interesante.

VISUAL	Relación presencia de la mujer y rating	La mayoría de informantes consideran que actualmente la presencia de las mujeres en estos programas incide en el aumento de rating, pero no por sus capacidades, si no por su aspecto físico que llama la atención.
	Importancia del aspecto físico	La mayoría considera que es importante el aspecto físico de la mujer, los motivos se dividen: por un lado atribuye que es importante la higiene y el buen vestir sin importar el peso, por otro lado se atribuye el aspecto físico como el tono de la piel y la forma del cuerpo .
	Importancia de la presencia de la mujer	La mayoría considera que no debe ser una obligación pero que sí es importante la equidad de género incluso en entornos que "son de hombres"
SOCIAL	Protagonismo	Todos consideran que los hombres tienen mayor protagonismo dentro del periodismo deportivo televisivo.

	Posibilidad de crecimiento	Todos consideran que las mujeres pueden ser periodistas destacadas en el mundo del deporte.
	Factores de preferencia al hombre	Los informantes creen que los medios optan por poner conductores en hombres porque tienen más conocimiento, pero también por el machismo.
ROL PROFESIONAL	Oportunidades de la mujer periodista	La mayoría considera que las mujeres tienen menores oportunidades que los hombres en el periodismo deportivo, sin embargo, hoy en día tienen más oportunidades con relación a años anteriores.
	Capacidad de la mujer periodista	La mayoría considera que las mujeres tienen la capacidad necesaria para desenvolverse en el rubro deportivo, se trata de capacitación, conocimiento y práctica.

ANEXO 7: Figuras de los resultados

Figura 1

Percepción auditiva de los trujillanos respecto a las periodistas deportivas

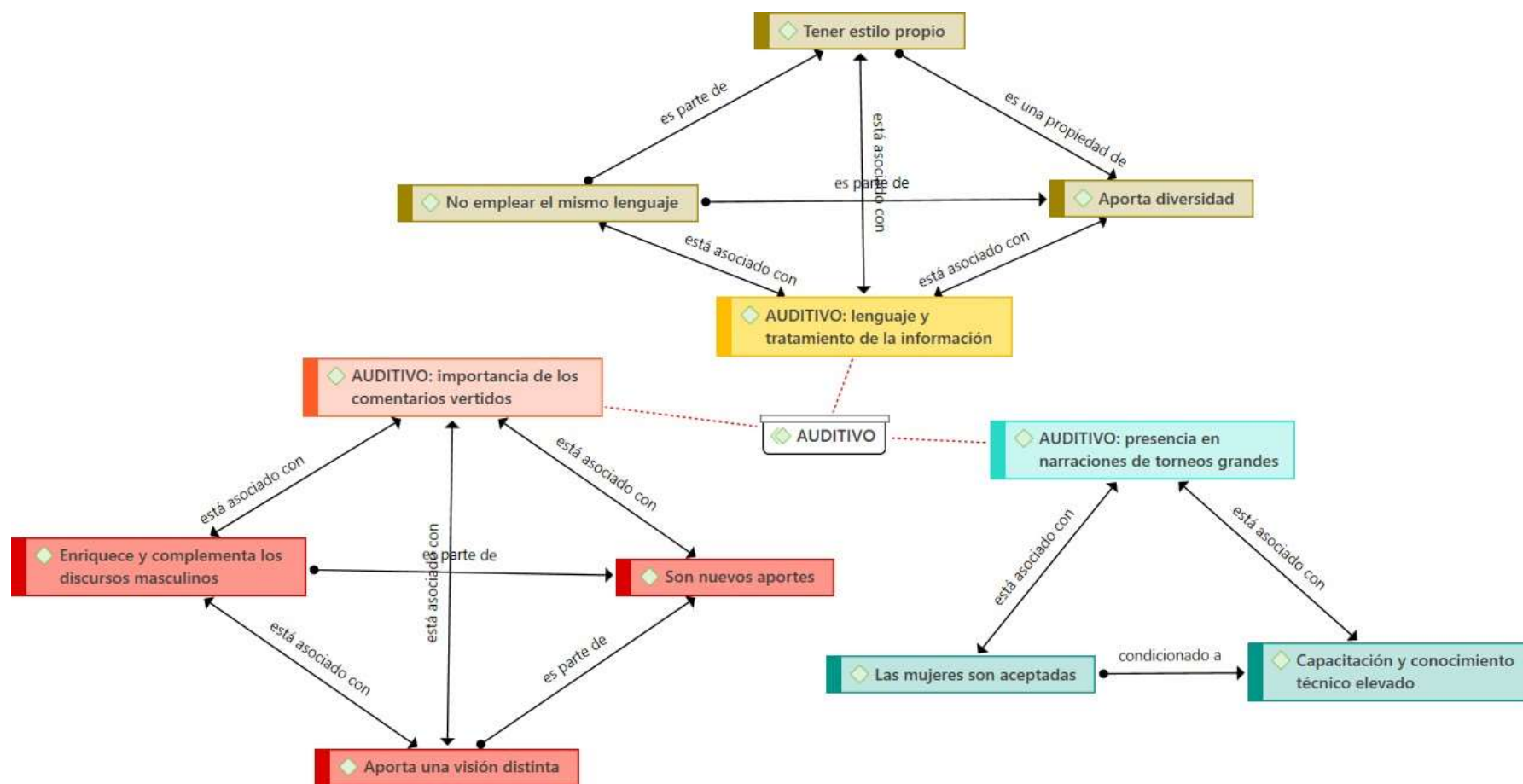


Figura 2

Percepción visual de los trujillanos respecto a las periodistas deportivas.

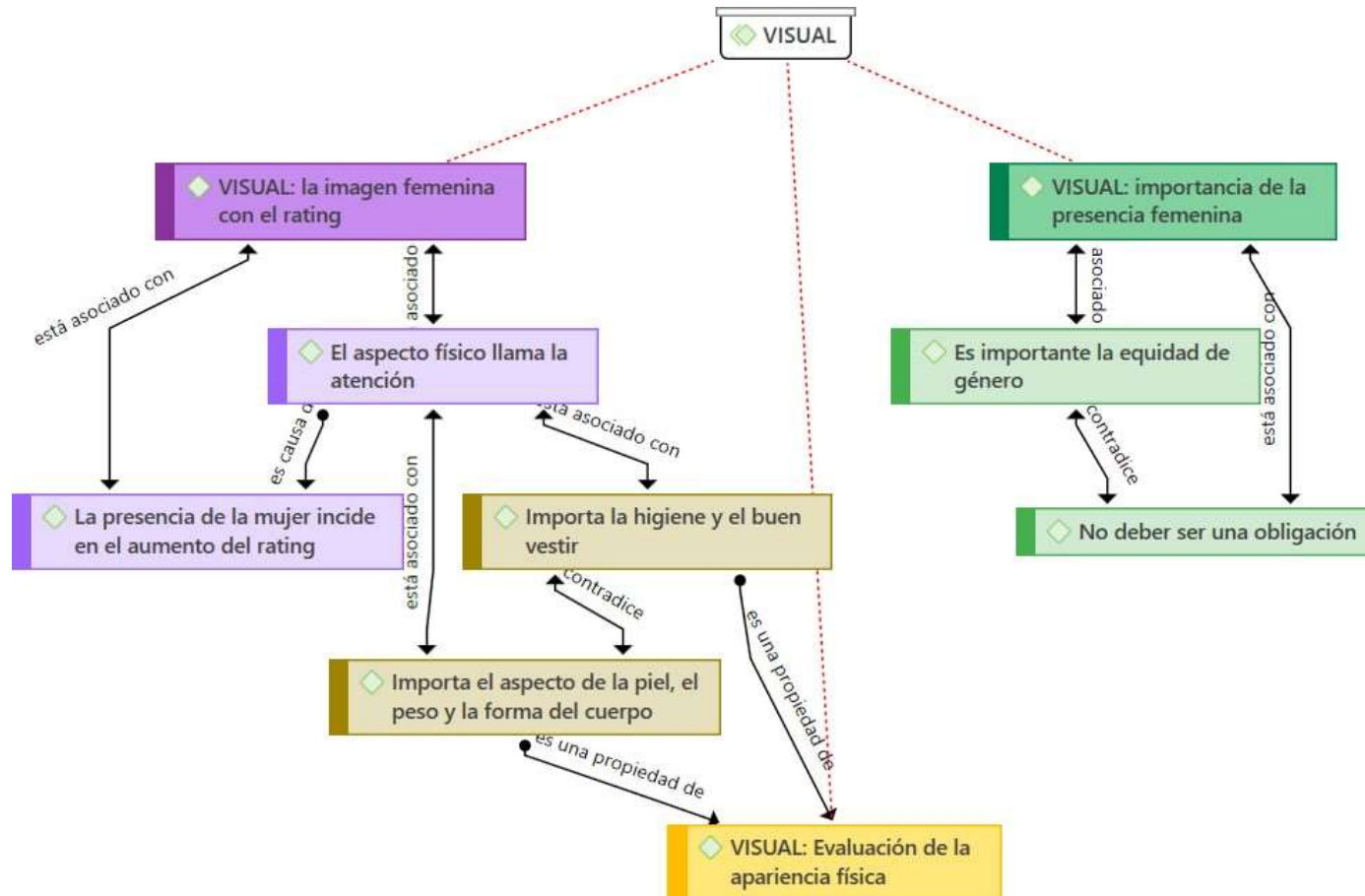


Figura 3

Percepción social de los trujillanos respecto a las periodistas deportivas

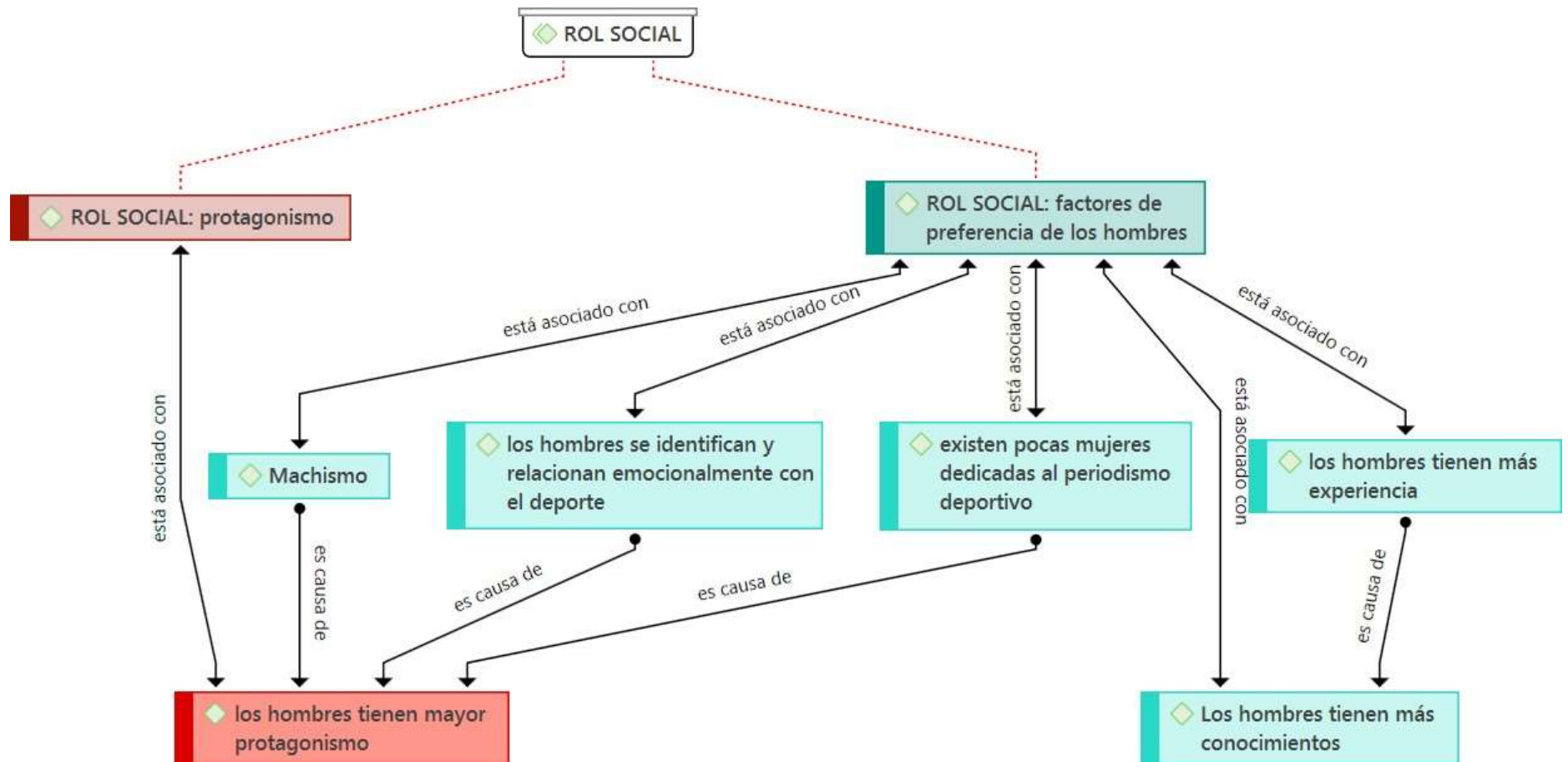
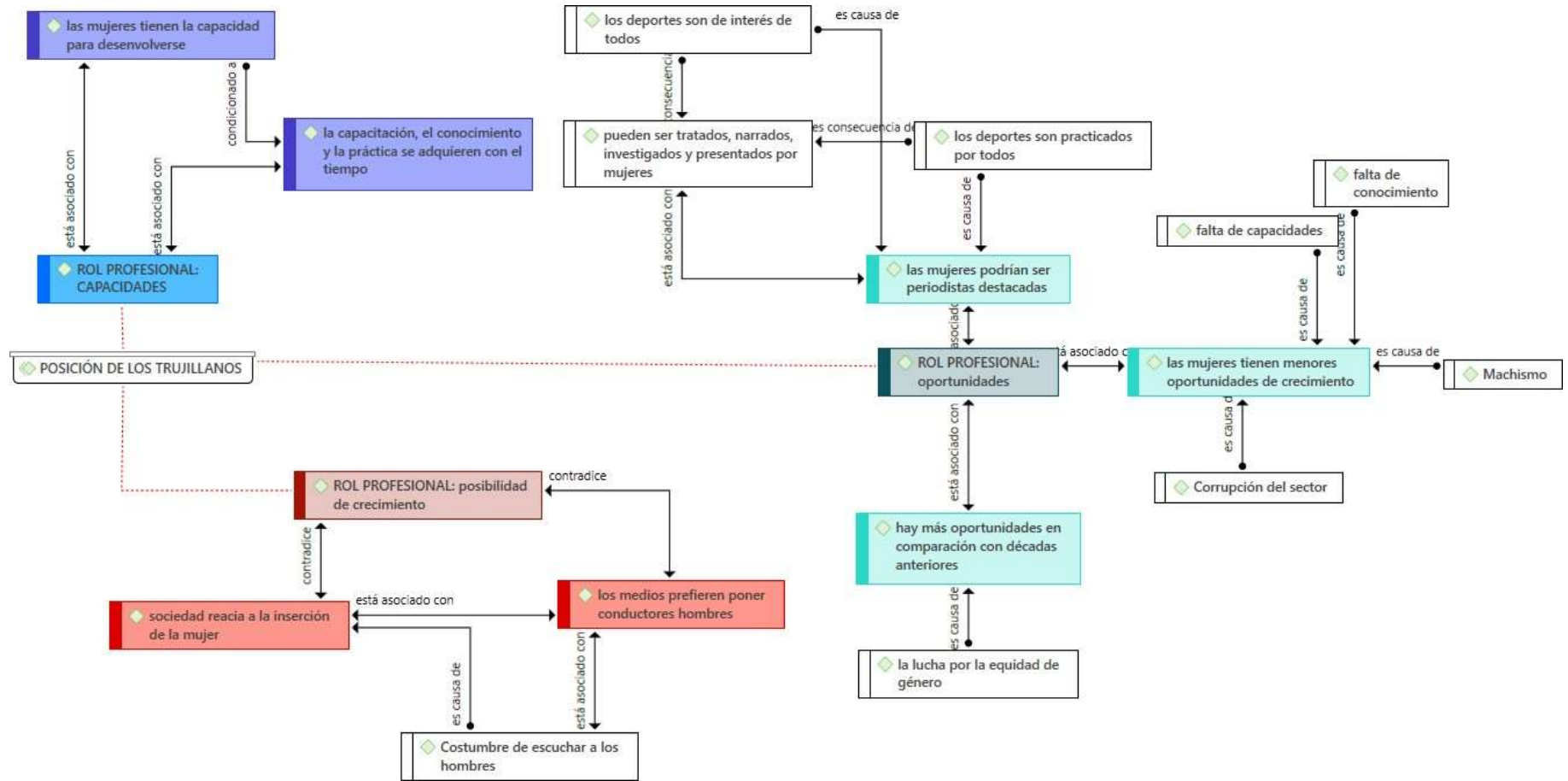


Figura 4

Posición de los trujillanos respecto a las periodistas deportivas





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, VELIZ LLUNCOR OSCAR EDUARDO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Percepción de los trujillanos de 20 a 40 años respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo televisivo - 2023", cuyos autores son CUBAS LEIVA LOURDES MARYCIELO, MORENO ALLEMANT RUTH STHEFANY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 22 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VELIZ LLUNCOR OSCAR EDUARDO DNI: 45841580 ORCID: 0000-0001-9155-1710	Firmado electrónicamente por: OVELIZ el 07-08- 2023 20:49:32

Código documento Trilce: TRI - 0610311