

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**PERCEPCIÓN DE LOS HINCHAS DEL FÚTBOL PROFESIONAL CUSQUEÑO
CON RESPECTO AL EJERCICIO DE MUJERES PERIODISTAS EN
ESTACIONES RADIALES CUSCO - 2024**

PRESENTADA POR:

Br. VIKY ESPERANZA MAMANI TAPIA

**PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

ASESOR:

Dr. ALBERTO GABINO GARCÍA
CAMPANA

CUSCO – PERÚ

2025



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor Dr. GABINO ALBERTO GARCÍA CAMPANA
..... quien aplica el software de detección de similitud al
trabajo de investigación/tesis titulada: PERCEPCION DE LOS HINCHAS DEL
FÚTBOL PROFESIONAL CUSQUEÑO CON RESPECTO AL
EJERCICIO DE MUJERES PERIODISTAS EN ESTACIONES
RADIALES CUSCO - 2024

Presentado por: VIKY ESPERANZA MAMANI TAPIA DNI N° 74552565 ;
presentado por: DNI N°:
Para optar el título Profesional/Grado Académico de LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 02 veces, mediante el Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de Similitud en la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 8.....%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	<input checked="" type="checkbox"/>
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	<input type="checkbox"/>
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	<input type="checkbox"/>

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 05 de mayo de 20 26

Firma

Post firma GABINO ALBERTO GARCÍA CAMPANA

Nro. de DNI 23833709

ORCID del Asesor 0000 - 0002 - 5921 - 5634

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: oid: 27259:581898045

Viky Esperanza Mamani Tapia

PERCEPCIÓN DE LOS HINCHAS DEL FÚTBOL PROFESIONAL CUSQUEÑO CON RESPECTO AL EJERCICIO DE MUJERES PER...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:581898045

Fecha de entrega

22 abr 2026, 4:30 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

24 abr 2026, 10:36 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

TESIS CONCLUIDA DE VIKY ESPERANZA MAMANI TAPIA (2).docx

Tamaño del archivo

3.9 MB

108 páginas

23.544 palabras

126.319 caracteres

8% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- ▶ Base de datos de Crossref
- ▶ Base de datos de contenido publicado de Crossref

Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 7%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

PRESENTACIÓN

Señora:

Dra. María del Pilar Benavente García

**Decana de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas de la
Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.**

Señores Miembros del Jurado:

De conformidad con el reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas, pongo a vuestra consideración el presente trabajo de investigación que lleva por título: **PERCEPCIÓN DE LOS HINCHAS DEL FÚTBOL PROFESIONAL CUSQUEÑO CON RESPECTO AL EJERCICIO DE MUJERES PERIODISTAS EN ESTACIONES RADIALES CUSCO – 2024** para optar al Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

El presente trabajo de investigación académica tiene el propósito de percibir la apreciación que tienen los hinchas del futbol profesional cusqueño en relación al trabajo de las mujeres periodistas en los espacios deportivos.

Esta investigación académica ha comprendido los ejes temporales y espacial, así como sustentado en la metodología pertinente, lo que arroja como resultado un trabajo que cuenta con la seriedad y el rigor establecidos.

Br. Viky Esperanza Mamani Tapia

DEDICATORIA

A mis hijos, Jeremy y Mathias, que llegaron a mi vida no solo para transformarla, sino para enseñarme el verdadero significado de la fuerza, del amor y de la esperanza. Ustedes no solo son parte de esta historia, son el motivo por el que esta historia existe. Cada paso que di, cada página que escribí, cada madrugada que resistí, fue pensando en ustedes. Ustedes me enseñaron que el amor no se aprende en libros ni en palabras, sino en gestos pequeños: en una caricia espontánea, en una mirada cómplice, en un "te amo" sin condición. Les dedico esta parte de mi porque siempre han sido mi fuerza cuando pensé que no podría más. Cada hoja de esta tesis fue escrita con el deseo de dejarles un legado, de demostrarles que incluso cuando hay pausas o todo parece imposible; con amor, fe, sacrificio y esmero, se puede construir un futuro. Junto a ustedes, debo dedicar este trabajo a Miqueas, mi compañero de vida, a quien admiro como a ningún otro ser humano, a ti la mejor elección de Dios, él que ha sido incondicional en su apoyo para el desarrollo de esta tesis y para culminar la carrera, a ustedes mis soportes.

A mis padres Aurelio y Cirila, mis héroes de siempre, mi refugio más firme. Ustedes son el amor que no duda, el apoyo que no falla, la voz que me levantó cuando la mía no se escuchó. Sus manos me sostuvieron en el vacío, su fe me sostuvo cuando todo se veía complejo y difícil. Esta tesis lleva su nombre grabado, porque sin su amor, sin sus valores, sin su ejemplo, sin su impulso y apoyo incondicional, nada de esto se habría logrado. Sé que detrás de cada paso mío, hubo un sacrificio suyo que nadie vio, una entrega silenciosa que nunca pidieron que se reconociera. Este logro no es solo mío: es el fruto de años de amor, disciplina y fe sembrados por ustedes en mí.

Y a esa presencia que el mundo no ve, pero que realmente yo siento tan profundamente... A esa energía sutil que me ha acompañado en silencio, que no exige, que no perturba, pero que sostiene. Gracias por ser mi paz en medio del caos, por llegar cuando mi alma se quebraba, por mostrarme que el amor que muestras es incondicional, que no se necesitan nombrar para ser eterno. Te reconozco en el suspiro que calma, en la lágrima que cae y no duele, en la fortaleza que nace de la serenidad. Esa presencia que no fue ruido, fue abrigo. No fue promesa, fue presencia. No fue visible, pero sí inolvidable. A todos ustedes, con el alma.

Br. Viky Esperanza Mamani Tapia

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser mi refugio cuando sentí que ya no podía más. Por enviarme señales en los momentos exactos, por no dejarme sola y por recordarme, aún en mis dudas, que todo tiene un propósito. A mis padres... no sé si hay palabras suficientes para todo lo que quiero decirles. Gracias por cada sacrificio silencioso, por cada noche sin dormir, por preocuparse más por mi bienestar que por el suyo. Por enseñarme con el ejemplo a nunca rendirme, a luchar con dignidad y a ser agradecida. Gracias por hacerme sentir amada incluso en los días en que yo no me quería. Todo lo que soy y todo lo que he logrado, comienza en ustedes. A mi familia, por ser mi hogar y mi lugar seguro. Por cada palabra de aliento, cada gesto de cariño y cada sonrisa compartida. Por estar incluso cuando no sabían cómo ayudar, pero estaban. Por confiar en mí sin pedir nada a cambio.

A mi querida UNSAAC, a mi Facultad de Comunicación Social e Idiomas, y especialmente a mi asesor Alberto García Campana, por creer en mí solo escuchándome una vez, por nunca cerrarme la puerta, por su sabiduría compartida y por ver en mí, lo que nadie más veía. A mis docentes que marcaron mi vida, a quienes recuerdo permanentemente, gracias por compartir su conocimiento con generosidad. Gracias por sus observaciones, su paciencia, su exigencia y su confianza en mi trabajo. Cada consejo y cada crítica constructiva fueron parte esencial de este proceso.

A las verdaderas amistades que estaban cuando el cansancio me vencía, cuando las dudas me hacían temblar, cuando sentía que no era suficiente. Gracias por escucharme sin juzgar, por celebrar mis pequeñas victorias y por darme su tiempo sin pedirlo. La amistad verdadera se demuestra en los momentos difíciles.

A los hinchas de los equipos profesionales de Cusco, por ser parte de este trabajo, por sus opiniones, por sus respuestas, por sus sugerencias y por su audiencia.

A mi yo de hace unos años... te abrazo. Sé cuántas veces quisiste parar. Muchas veces sentiste que no valías, que no era suficiente, que estabas fallando. Pero aquí estás. Lo lograste. Lleno de cicatrices, sí. Pero también lleno de vida. Estoy orgullosa de ti. Gracias. A todos los que fueron parte, aunque no lo sepan. A los que llegaron para quedarse, a quienes se fueron dejándome una enseñanza y quienes me salvaron sin saberlo.

Br. Viky Esperanza Mamani Tapia

INTRODUCCIÓN

El periodismo deportivo ha sido históricamente un espacio dominado por la presencia masculina, tanto en la cobertura como en la producción de contenidos, sin embargo, en los últimos años, la participación de las mujeres en este ámbito ha ido en aumento, desafiando estereotipos y abriendo nuevas oportunidades en la profesión, en el contexto del fútbol profesional cusqueño, donde la pasión y el fervor por los equipos locales son elementos centrales de la identidad regional, resulta relevante analizar cómo los hinchas perciben el ejercicio del periodismo por parte de la mujeres.

Este estudio busca explorar la percepción de los hinchas del fútbol cusqueño respecto a la labor de las periodistas deportivas en el año 2024. Se indagará en los factores que influyen en la aceptación o resistencia hacia la presencia femenina en la narración, análisis y cobertura de eventos deportivos, considerando aspectos como la tradición, los prejuicios de género, el conocimiento técnico y el desempeño profesional.

No obstante, en los últimos años, la presencia de mujeres en el ámbito del periodismo deportivo ha ido en aumento, desafiando estereotipos y ganando espacios en diversos medios de comunicación, incluidos la radio, la televisión y las plataformas digitales, a pesar de estos avances, la percepción del público sobre el ejercicio del periodismo deportivo por parte de mujeres aún enfrenta diversos desafíos, especialmente en contextos donde el fútbol es una actividad de gran arraigo cultural y social, como en el caso de la ciudad del Cusco.

A través de este estudio, se busca contribuir al debate sobre la equidad de género en los medios y generar insumos deportivos para fomentar una mayor apertura y reconocimiento del talento femenino en el periodismo deportivo, asimismo, no solo

contribuirá a la comprensión de la dinámica del periodismo deportivo en Cusco, sino que también permitirá identificar posibles barreras y oportunidades para fortalecer la participación de la mujer en este campo.

En base a estas consideraciones teóricas se ha planteado dividir el presente trabajo de investigación en cinco capítulos distribuidos de la siguiente manera:

CAPÍTULO I: Engloba la formulación del problema, Justificación y los objetivos, tanto general como específicos, enfatizando, en el problema objeto de investigación que en este caso está referido a la percepción de los hinchas del futbol profesional con respecto al ejercicio de mujeres periodistas dentro del ejercicio del periodismo deportivo.

CAPÍTULO II: Detalla las bases teóricas, el marco conceptual y los antecedentes empíricos de la investigación, identificando los trabajos realizados en los planos internacional, nacional y local en referencia a la percepción de los hinchas del futbol profesional cusqueño con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales de la ciudad imperial.

CAPÍTULO III: Abarca la hipótesis general y específicas, así como las variables y la operacionalización de las mismas, considerando esencialmente la naturaleza de la percepción de los hinchas con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en las estaciones radiales 2024.

CAPÍTULO IV: Enfoca el tipo y nivel de investigación, unidad de análisis, población, tamaño de la muestra y las técnicas de recolección, de análisis e interpretación de la información, a partir del uso de las fórmulas recomendadas para la identificación del segmento poblacional que será materia de aplicación de las encuestas.

CAPÍTULO V: Recoge los resultados de la investigación a partir del trabajo de campo, además de las propuestas referidas que se deben identificar.

Finalmente se consigna las conclusiones a las que se arribaron en el desarrollo del presente trabajo de investigación, así como las recomendaciones para lograr identificar posibles barreras y oportunidades para fortalecer la participación de la mujer en el periodismo deportivo.

RESUMEN

El presente estudio analiza la percepción de los hinchas del fútbol profesional cusqueño sobre el ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales de la ciudad de Cusco durante el 2024, que surge por la creciente participación de las mujeres en un escenario en donde tradicionalmente estaba ocupado y dominado por varones.

El objetivo es establecer la percepción de los hinchas al fútbol profesional Cusqueño con respecto al ejercicio del periodismo deportivo por parte de las mujeres en estaciones radiales Cusco – 2024, a través de encuestas y entrevistas, se examina la opinión, el nivel de aceptación y participación de las mujeres en este ámbito cuyos resultados reflejan avances de la inclusión y aceptación femenina en el periodismo deportivo, pero también evidencian la persistencia de estereotipos y barreras de género; se concluye que, aunque hay reconocimiento al trabajo de las periodistas deportivas, es necesario fortalecer su presencia y romper prejuicios para lograr la aceptación del periodismo deportivo femenino y promover la equidad en el ámbito periodístico.

Palabras clave: Percepción, Hinchas de futbol, Ejercicio, Periodismo de las mujeres.

ABSTRACT

The objective of this study is to establish the perceptions of Cusco professional soccer fans regarding the practice of sports journalism by women on Cusco radio stations in 2024. Through the application of surveys and interviews, the research examines public opinions, the level of acceptance, and participation of women in sport journalism, especially in soccer broadcasting and commentary. Likewise, the study seeks to identify the main factors that influence audience perceptions, including cultural beliefs, gender stereotypes, professional performance, and media representation.

The results reflect progress in the inclusion and acceptance of women in sports journalism, but also highlight the persistence of gender stereotypes and barriers.

It is concluded that, although there is growing recognition of the work carried out by female sports journalists, it remains necessary to strengthen their presence in sport media, promote equal opportunities, and reduce prejudices that affect their professional development. The study also emphasizes the importance of encouraging inclusive communication practices and creating spaces that value gender equality in sport journalism. In this way, the participation of women can continue to grow and contribute positively to the development of sport media in Cusco.

Keywords: Perception, Soccer fans, Practice, Women's journalism.

INDICE

PRESENTACIÓN	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
INTRODUCCIÓN	v
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INDICE.	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Situación problemática.....	1
1.2. Formulación del problema	5
1.2.1 Problema General	5
1.2.2 Problemas específicos.....	5
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivos de la investigación	7
1.4.1 Objetivo general.....	7
1.4.2 Objetivos específicos	7
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	8
2.1. Bases teóricas	8
2.1.1.- Periodismo	8
2.1.2. Periodismo deportivo	9
2.1.3. Periodismo y género.....	11

2.1.3.1 Las pioneras del periodismo deportivo	13
2.1.4 Rol de la mujer en el periodismo deportivo	20
2.1.5. El perfil de la periodista deportiva	23
2.1.6. Producción Radial	25
2.1.7. Teoría de la percepción	28
2.1.8. Percepción	29
2.1.9. Tipos de percepción	30
2.1.10. Teoría de la Valoración.....	31
2.1.11. Actitud.....	32
2.1.12. Hinchas de fútbol	33
2.2. Marco conceptual	43
2.3. Antecedentes de la investigación (estado del arte).....	47
2.3.1. Antecedentes internacionales	47
2.3.2. Antecedentes nacionales	49
2.3.3. Antecedentes locales	51
CAPÍTULO III	54
HIPÓTESIS Y VARIABLES	54
3.1. Hipótesis.....	54
3.1.1. Hipótesis general.....	54
3.1.2. Hipótesis Específicas	54
3.2. Identificación de variables e indicadores	54
3.3. Operacionalización de variables	55
CAPÍTULO IV	56
METODOLOGÍA	56
4.1. Ámbito de estudio: localización política y geográfica.....	56
4.1.1. Delimitación temporal.....	56
4.1.2. Delimitación espacial.....	56

4.1.3. Limitaciones de la investigación.....	56
4.2. Tipo y nivel de investigación	57
4.3. Población de estudio	58
4.4. Tamaño de muestra	59
4.5. Técnica de selección de muestra	59
4.6. Técnica de recolección de información.....	60
CAPÍTULO V.....	61
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	61
5.1. Procesamiento, análisis e interpretación de resultados	61
5.1.1. Descripción de la muestra.....	62
5.2. Prueba de hipótesis.....	78
5.3. Discusión.....	79
5.3.1. Con respecto a la percepción de los hinchas.....	81
5.3.2. Con respecto al ejercicio de las mujeres periodistas en espacios deportivos	82
CONCLUSIONES.....	85
RECOMENDACIONES.....	86
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	87
ANEXOS	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Hincha de algún equipo cusqueño</i>	62
Tabla 2 <i>Usted es hincha, aficionado, simpatizante</i>	63
Tabla 3 <i>Hincha de que equipo cusqueño es usted</i>	64
Tabla 4 <i>Usted habitualmente asiste al estadio</i>	65
Tabla 5 <i>El periodismo cusqueño actúa con imparcialidad con los tres equipos</i>	66
Tabla 6 <i>Las mujeres que ejercen el periodismo deportivo gozan de credibilidad</i>	67
Tabla 7 <i>Escucha programas radiales deportivos conducidos por mujeres</i>	68
Tabla 8 <i>El lenguaje que usan los periodistas deportivos es la adecuada</i>	69
Tabla 9 <i>Las mujeres periodistas ejercen el periodismo deportivo en igualdad de condiciones que los varones</i>	70
Tabla 10 <i>Las mujeres periodistas que ejercen el periodismo deportivo aportan positivamente al deporte</i>	71
Tabla 11 <i>Considera que no hay mujeres que narran los partidos de futbol</i>	72
Tabla 12 <i>En los últimos años se percibe mayor presencia de mujeres en programas deportivos</i>	74
Tabla 13 <i>Factores que inciden en la mayor presencia de mujeres en programas deportivos</i>	75
Tabla 14 <i>Las mujeres están capacitadas para desempeñarse en el periodismo deportivo</i>	76
Tabla 15 <i>Recomendaciones para mejorar el desempeño de las mujeres en el periodismo deportivo</i>	77
Tabla 16 <i>Percepción de hinchas con respecto al ejercicio de mujeres periodistas</i>	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Hincha de algún equipo cusqueño</i>	62
Figura 2 <i>Usted es hincha, aficionado, simpatizante</i>	63
Figura 3 <i>Hincha de que equipo es usted</i>	64
Figura 4 <i>Usted asiste habitualmente al estadio</i>	65
Figura 5 <i>El periodismo cusqueño actúa con imparcialidad con los tres equipos</i>	66
Figura 6 <i>Las mujeres que ejercen el periodismo deportivo gozan de credibilidad</i>	67
Figura 7 <i>Escucha programas radiales deportivos conducidos por mujeres</i>	68
Figura 8 <i>El lenguaje que usan los periodistas deportivos es la adecuada</i>	69
Figura 9 <i>Las mujeres periodistas ejercen el periodismo en igualdad de condiciones que los varones</i>	70
Figura 10 <i>Las mujeres periodistas que ejercen el periodismo deportivo aportan positivamente al deporte</i>	72
Figura 11 <i>Considera que no hay mujeres que narran los partidos de fútbol</i>	73
Figura 12 <i>En los últimos años se percibe mayor presencia de mujeres en programas deportivos</i>	74
Figura 13 <i>Factores que inciden en la mayor presencia de mujeres en programas deportivos</i>	75
Figura 14 <i>Las mujeres están capacitadas para desempeñarse en el periodismo deportivo</i>	76
Figura 15 <i>Recomendaciones para mejorar el desempeño de las mujeres en el periodismo deportivo</i>	77

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

Esta investigación gira en torno a la percepción de los hinchas frente al desempeño de las periodistas deportivas femeninas; por generaciones y a lo largo de los años la mujer tuvo un papel secundario en la sociedad, pero en estas últimas décadas la mujer ha comenzado a tener un papel fundamental en distintas organizaciones como gubernamentales y no gubernamentales en consecuencia no fue la excepción en el mundo del deporte y el periodismo deportivo.

La mujer a nivel internacional está teniendo mucha acogida dentro del deporte mundial; hoy en día, podemos ver a periodistas deportivas, mujeres jueces que imparten justicia en eventos deportivos como el fútbol, narradoras deportivas, comentaristas, reporteras en planta baja, incluso ya el futbol femenino se ha masificado. Sin embargo, a pesar del crecimiento de la mujer en el mundo deportivo y entendiendo que fundamentalmente, el futbol es un deporte mundial que congrega a millones de aficionados en el mundo, la inclusión de la mujer y su impacto dentro del mundo futbolístico no es tan reconocido como la del varón, aún existe estereotipos que opacan su desempeño, así como su aceptación no es alta en comparación al de los varones; también existe la discriminación laboral y de género, aspectos que deben seguir mejorando para que exista equidad en la sociedad.

Andia (2021) analiza que, en estos últimos años, la información que se difunde en la televisión, radio y redes sociales ha permitido evidenciar que todavía somos una sociedad donde existe un alto índice de discriminación hacia la mujer, pero al mismo tiempo se puede evidencia que poco a poco, la mujer ha comenzado a tener mayor

protagonismo al desenvolverse en distintos ámbitos laborales y profesionales, rompiendo así los parámetros del machismo.

Sin embargo, todavía hay sectores o medios de comunicación e información locales fundamentalmente, a quienes les cuesta dar oportunidad a las mujeres para que se desarrollen profesionalmente en el mundo del deporte; esto, por influencia de malos comentarios o por la no aceptación de hinchas, jugadores y dirigentes que fácilmente realizan comparaciones con los periodistas deportivos varones sobre su desenvolvimiento en eventos deportivos futbolísticos, muchos de ellos creen que no encajan en este espacio.

Carlos Revilla (2022) muestra que en el Perú, el periodismo deportivo es monopolizado solamente por el fútbol, ya que es la principal disciplina deportiva que se transmite en todo los medios de comunicación y que además, es preferida por los aficionados del deporte, por ello, no se da la misma importancia a las otras disciplinas deportivas como el vóley, atletismo, natación, tenis, básquet, el boxeo, entre otros, esto se debe también a la poca información y cobertura que se da a estas disciplinas por el poco interés que muestran los aficionados. En esta misma línea se puede observar que no hay muchas periodistas deportivas mujeres que se encarguen de cubrir los distintos eventos deportivos a nivel nacional esto debido al trabajo sacrificado y la poca remuneración que existe en este ámbito, a ello, hay que sumar que todavía somos una sociedad con cultura machista que no permite que la mujer, de manera libre, pueda desarrollarse profesionalmente ya que generalmente las mujeres están sujetas a críticas destructivas (Revilla Rodríguez, 2022).

Castro (2021) indica que los medios de televisión y radio son las mejores ventanas para los periodistas deportivos varones, principalmente del fútbol, en ese sentido, se cree que son los únicos que conocen sobre las jugadas dentro del terreno de juego, las

faltas que se cometen o cómo se dio el gol en los partidos, entre otros aspectos. No obstante, podemos indicar que existen periodistas mujeres, que se han preparado para el ejercicio de esta labor periodística y que empatizan con el medio así como con el televidente, hablando con la misma seguridad y convicción, transmitiendo la misma credibilidad que un varón puede tener, y además es ha sido más visible su equilibrio e imparcialidad al momento de comentar sobre un partido o un tema que tiene que ver con el futbol, y finalmente esos comentarios se dan con menos apasionamiento, esto con referencia al desempeño de un jugador, de un equipo, cuando se habla sobre la parte administrativa de un equipo, el desempeño de un directivo, y la participación de los mismos hinchas. (Castro Lozano, 2021).

En ese sentido se muestra al periodista deportivo de nuestro país como aquel que tiene mayor autoridad en conocimiento de futbol y que su comentario tiene mayor valor al momento de dar una crítica sobre alguna jugada que realiza un jugador y sobre los planteamientos del entrenador al inicio del juego i/o durante el juego. Al desempeño que tienen los periodistas deportivos, también es importante reconocer que existen mujeres periodistas deportivas que, a pesar de las limitaciones que existe en su entorno, buscan prepararse para que sus criticas o comentarios sobre el desarrollo de un partido, antes durante y después, sea objetivo y acertado, esto con la finalidad de aportar conocimiento y enriquecer el análisis del partido.

En el ámbito regional la mujer aún no tiene las mismas oportunidades que el varón, pero es importante reconocer que actualmente, poco a poco se ha estado insertando la participación de mujeres que son relatoras, comentaristas, conductoras y reporteras dentro del periodismo deportivo ya que por años fue un sector muy marcado por el machismo.

Por lo tanto, la presente investigación tiene como finalidad analizar la percepción que poseen los hinchas de los clubes cusqueños que participan en la liga profesional respecto al desempeño y la presencia de la mujer dentro del periodismo deportivo en la provincia del Cusco. La problemática abordada se relaciona con la forma en que los hinchas valoran el trabajo femenino en los medios deportivos, considerando que todavía persisten estereotipos y prejuicios que limitan su reconocimiento profesional. En muchos casos, se cuestiona su capacidad, preparación o experiencia para desenvolverse en este ámbito, históricamente asociado a una mayor participación masculina, evidenciándose aún actitudes de machismo y resistencia por parte de determinados sectores del público.

El problema, no solo es el ingreso de las mujeres al ejercicio del periodismo deportivo sino a su permanencia, a su desarrollo y al reconocimiento en igualdad de condiciones.

La problemática descrita podría ser afrontada mediante un trabajo articulado entre instituciones gubernamentales, organizaciones orientadas a la defensa y promoción de los derechos de la mujer, así como los propios medios de comunicación e información y resulta fundamental impulsar acciones de sensibilización que promuevan la igualdad de oportunidades y contribuyan a reducir los estereotipos de género aún presentes en el ámbito deportivo. Asimismo, será importante fomentar la creación e implementación de más programas deportivos locales donde las mujeres puedan desempeñarse como periodistas deportivas conduciendo, formando parte de los panelistas, comentaristas o incluso haciendo voz comercial, fortaleciendo así su participación y visibilidad en los medios. De la misma forma, se considera necesario promover condiciones laborales equitativas, garantizando una remuneración acorde con la capacidad, experiencia y desempeño profesional, sin distinción de género.

1.2. Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿Cuál es la percepción de los hinchas del fútbol profesional cusqueño con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales Cusco - 2024?

1.2.2 Problemas específicos

P.E. 1: ¿Cuáles son los factores que determinan la valoración de los hinchas con respecto al ejercicio de la mujer periodista en estaciones radiales Cusco - 2024?

P.E. 2: ¿Qué acciones deberían desarrollar las mujeres periodistas desde su ejercicio, para mejorar la valoración que de ellas tienen los hinchas Cusco - 2024?

1.3. Justificación

En los últimos años, la participación de la mujer en el periodismo deportivo ha tenido un crecimiento progresivo, lo que le ha permitido abrirse espacio en un ámbito que históricamente estuvo vinculado de manera predominante a la participación y presencia masculina. Sin embargo, a pesar de estos avances, la representación femenina dentro de los medios deportivos continúa siendo limitada tanto en la provincia del Cusco, como en otros contextos nacionales e internacionales.

Objetivamente el ejercicio del periodismo deportivo demanda una preparación especializada, un dominio de conocimiento en diversas disciplinas deportivas, además de los acontecimientos históricos que estén ligados a una disciplina deportiva y más del fútbol, ya que hay diferentes categorías por evaluar y es un deporte que data de tiempos antiguos. Esto sugiere que debe existir capacidad de análisis e interpretación de la información. En ese sentido, es importante reconocer el aporte profesional de las mujeres dentro de este espacio, ya que su participación contribuye a diversificar perspectivas informativas y fortalecer el desarrollo de la comunicación deportiva.

Por ello, la presente investigación se justifica en que existe necesidad de analizar y sobre todo darle visibilidad al rol que desempeña la mujer en el periodismo deportivo, así como las percepciones que existen en torno a su labor profesional. De esta manera, se busca aportar información que permita comprender las barreras y los desafíos que aún persisten, promoviendo una mayor valoración de la participación femenina dentro de los medios de comunicación deportivos.

Justificación Social: La presente investigación busca generar un cambio de actitud, respecto a la valoración de las mujeres que se dedican al periodismo deportivo, quienes son expuestas a situaciones discriminatorias y machismo en los espacios periodísticos y en redes sociales, por ello se busca concientizar a la sociedad a través de los diferentes medios de información y comunicación.

Justificación Práctica: Esta investigación también busca documentar por medio de encuestas, la valoración y/o percepción del rol de las mujeres periodistas que trabajan en las salas de las emisoras fundamentalmente, de redacción deportivas, directores y coordinadores del área de deporte; pero también se pretende documentar si en algún momento fueron víctimas de discriminación por parte de sus mismos colegas especialmente en el fútbol o por hinchas de los clubes, a través de sus opiniones y comentarios, por posiblemente, considerar que ellas no saben nada de este deporte.

Justificación Teórica: La realización de la presente investigación brinda un aporte académico, esto se debe a que se llenará un vacío local en la actualidad, pues por el momento no existen mayores datos, informes o artículos disponibles acerca de la participación de la mujer en el periodismo deportivo en Cusco, esto se debe a que hasta fecha existen pocas periodistas deportivas, que además debido al paso de los años, muchas mujeres dejaron el ejercicio de la prensa deportiva por no ser consideradas, por ser poco reconocidas y poco remuneradas, esto podría explicar la falta de abundancia

de las profesionales y mucho menos son mayoría. Sin embargo, el presente trabajo tomará diversos caminos como los mencionados, ya que estudiará diferentes conceptos, perfiles, valoraciones y rutinas de trabajo de la periodista deportiva.

Justificación metodológica

Este estudio se sustenta en un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo. Desde el enfoque cuantitativo, tiene diseño descriptivo y transversal; mientras que, en el enfoque cualitativo, se ha empleado las entrevistas semiestructuradas. El diseño metodológico ha permitido triangular los datos obtenidos por diferentes técnicas de investigación, lo que ha asegurado que exista una interpretación más amplia y profunda del fenómeno estudiado. Con esta estrategia, se ha buscado no solo describir las percepciones de los hinchas, sino también darle un contexto a los hallazgos que se determinó en relación al estado actual del periodismo deportivo en Cusco.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Analizar la percepción de los hinchas del fútbol profesional Cusqueño con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales Cusco – 2024

1.4.2 Objetivos específicos

O.E.1: Estudiar los factores determinantes de valoración de los hinchas con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales Cusco - 2024

O.E.2: Evaluar las acciones a desarrollar desde el ejercicio de la mujer periodista deportivo para mejorar la valoración de los hinchas Cusco – 2024

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases teóricas

2.1.1.- Periodismo

Según Montero (2018) es el proceso y el inicio de conversión de los hechos en noticias que interesen al público en virtud de su importancia, trascendencia y con lo interesante de la actualidad, para dar a conocer hechos sobre sucesos que se desarrollan dentro de la sociedad y el mundo. En consecuencia, el periodismo es una forma de comunicación en masas, ya que está dirigido a diferentes personas que se interesen en una información, dicha información es transmitida por distintos tipos de canales de información como; prensa escrita, radio, televisión, internet, entre otros medios que permiten llegar al público objetivo. Para ello, la noticia debe tener importancia, actualidad, impacto; algo que el público quiera saber, conocer y/o necesite saber.

Asimismo, el autor explica que, el periodismo cumple con una función interpretativa y de opinión, donde se puede emitir comentarios. Esto quiere decir que no sólo es informativo; por ello, el periodismo tiene que ver con tres grupos básicos de géneros periodísticos: el informativo, el interpretativo y el de opinión.

El periodismo informativo da a conocer hechos a través de la noticia, este desarrollo tiene que tener objetividad y rigor en la información. El periodismo interpretativo, explica con documentos, todos los hechos y realiza un análisis valorativo que ayuda al público a comprender mejor el contexto y las posibles consecuencias. Por su parte el periodismo de opinión se caracteriza por expresar puntos de vista, valoraciones o críticas respecto a un tema determinado, lo que puede permitir ofrecer a la audiencia una interpretación más reflexiva y comprensible de la realidad (Montero Ramos, 2018).

Por su parte, para el catedrático Gabriel Galdón, el resultado práctico del periodismo es la información periodística, ya que, lo define como “un saber sobre las realidades humanas actuales con proyección e interés social, compartido por periodistas y ciudadanos a través del diálogo sobre los textos elaborados por aquellos y difundidos por los medios de comunicación” (Galdón López, 2007).

Esto quiere decir que, en la comunicación periodística participan los ciudadanos y los periodistas. Los hombres de prensa elaboran y difunden la información a través de los medios de comunicación y el público debe comprender analizar, reflexionar comprender lo que recibe. Por eso se considera necesario que el destinatario del mensaje asimile correctamente la información para que el acto periodístico sea completo. Para ello debe existir un profesional de la información y asimismo debe existir los medios pertinentes y de ciudadanos que jueguen un papel activo aprendiendo y reflexionando sobre las realidades que son comunicadas y así puedan tener una información más clara para tomar decisiones.

2.1.2. Periodismo deportivo

Hoy en día seguramente, no se vería con buenos ojos que un medio de información no tuviera una sección deportiva, puesto que existe un gran sector de la población mundial que consume información deportiva, y actualmente hay una amplia variedad de medios, lo que permite que podamos acceder a contenidos en tiempo real desde múltiples plataformas. Sin embargo, en este contexto, es necesario analizar con crítica, cómo se construye la noticia y cómo se dunde la misma y el impacto que acusa en la percepción del público.

Asimismo, a lo largo de las décadas, la forma de hacer periodismo ha cambiado y con ello han surgido nuevos tipos y géneros periodísticos donde el deporte ha generado mayor espacio dentro de los medios de información y su difusión se ha masificado a

nivel mundial. Este género periodístico ha creado espacios informativos y de opinión acerca de todo tipo de disciplinas deportivas. Los programas deportivos se han convertido en espacios de entretenimiento para la audiencia, ya que el deporte, además de ser un juego, mantiene al público distraído en su tiempo libre (Torres, De Santis, & Tamay, 2022). Ya que vivimos en un mundo donde prima el activismo, el estrés y las depresiones ocasionados por la alta competitividad que existe en el ámbito laboral.

Ahora los medios de comunicación juegan un papel importante que ayudan en la masificación del deporte. Frente a este hecho importante, en las últimas décadas, el periodismo deportivo ha ganado un significativo protagonismo debido al aumento del consumo del deporte en todo el mundo. La popularización del fútbol, básquetbol, vóley, atletismo, tenis y otros deportes ha permitido a los medios de comunicación comprar incluso, los derechos televisivos y las imágenes de estos grandes eventos que la audiencia disfruta.

Según Angulo & Moreno en su estudio a Billings y sus colegas (2012, págs. 1-5), la vida misma sería distinta si no existieran los deportes, y es que la actividad competitiva, física, recreativa, es una faceta clave para el devenir humano porque gusta, educa, entretiene, fomenta los valores como la disciplina, la perseverancia y estimula la economía en toda la sociedad. Las redes sociales y los medios de comunicación tradicional juegan un rol relevante en la comprensión del deporte como fenómeno orbital, puesto que los profesionales del periodismo son los encargados de convertirlo en un producto de fácil acceso a la población (Angulo Rincón & Moreno Cano, 2016).

En el tal sentido el periodismo deportivo es una rama del periodismo que tiene como objetivo, informar, difundir o dar a conocer, noticias y eventos deportivos a los hinchas y aficionados. Esta labor lo dirigen profesionales del deporte quienes permiten mostrar distintas disciplinas en todo el mundo. Asimismo, los periodistas deportivos trabajan en

todos los medios de comunicación e información, tales como la radio, prensa escrita, la televisión y el internet con la finalidad de informar noticias deportivas de distintas disciplinas.

Según (Rojas Torrejos, 2014) señala: El periodismo especializado en deportes contribuye a intensificar esa sensación de pertenencia a una comunidad y de complicidad y proximidad con la audiencia, a los que involucra en la celebración de los logros de los deportistas. Este hecho se pone de manifiesto sobre todo en los eventos de ámbito internacional y de máxima repercusión, como los Mundiales de fútbol o los Juegos Olímpicos, citas que están marcadas en rojo en la agenda de la sociedad y que van acompañadas de grandes despliegues informativos que, al mismo tiempo sirven para impulsar el grado de cohesión interna y el sentimiento nacional de los territorios (p.179). Entonces podemos entender que el objetivo del periodista deportivo es investigar, recopilar información de actividades y eventos deportivos, ya sea internacionales, nacionales y locales. Es como un puente entre los deportistas y la sociedad, ya que no solo transmite a través de imágenes o relatos la competencia deportiva, sino también construye opinión y comentario que le permite a la audiencia entender mejor lo que está viendo o escuchando. Los eventos deportivos generan la atención del público en todo el mundo. Por ello, el periodismo deportivo viene en crecimiento, en importancia, riqueza y también genera influencia en todos los sectores; en lo económico, en la industria publicitaria, marcas deportivas y en la sociedad en general.

2.1.3. Periodismo y género

Román, C. (2013) destaca que, décadas atrás, era difícil imaginar una presencia femenina significativa en el periodismo deportivo, sin embargo, en la actualidad, el papel de la mujer en este ámbito es más reconocido, y su participación se ha ampliado en medios como la prensa escrita, la televisión y la radio, incluso en la cobertura de

disciplinas como el fútbol y el polideportivo, a pesar de los obstáculos, su integración ha sido posible gracias a la formación profesional. Esto quiere decir, que el acceso a los estudios con especialización, la preparación académica y la capacitación constante han sido fundamentales y claves para que ellas muestren su credibilidad, su competencia y el rigor que pueden tener con la información, lo que le ha permitido ganar espacios que antes le eran negados. Por ello hoy, ese trabajo es más visible y poco más valorado.

Sin embargo, el camino para que las mujeres se consoliden en el periodismo deportivo no es fácil, ya que, hasta la fecha, no existe igualdad de oportunidades porque esta especialidad exige conocimientos específicos, análisis detallado y dominio del propio lenguaje de cada disciplina y medio de comunicación. Además, en un entorno marcado por la digitalización y la convergencia mediática, los periodistas deben desarrollar múltiples habilidades. Por ello, es esencial garantizar mejores condiciones laborales y valorar la capacidad, el esfuerzo y el compromiso de las reporteras y/o mujeres periodistas deportivas.

Muchas mujeres no han tenido referentes femeninos que sean visibles porque hasta hace algún tiempo atrás existía poca representación histórica, además existe una presión en cuanto a la valoración de la mujer por su apariencia física en deportes. A lo largo de este tiempo ha existido falta de oportunidad o poca oportunidad en cuanto al acceso de roles técnicos, narraciones, cobertura de cancha y menor formación con especialización. Adicional a ello, existe todavía una diferencia en cuanto a la remuneración, visibilidad y reconocimientos con respecto a los periodistas deportivos varones, quienes coberturan en su mayoría, espacio de análisis o de “fundamentos validos” dentro de los programas de fútbol que existe en los medios de comunicación.

No solo existe barreras como la falta de oportunidad, la discriminación en el acceso a los roles, la falta de oportunidad, sino también barreras como la presión estética o el hecho de tener referentes, además de las diferencias salariales y la menor visibilidad.

Si bien, actualmente ya hay mujeres narrando partidos, comentando en transmisiones en vivo a través de radio, siendo dirigentes de clubes de fútbol, asumiendo cargos dentro de la Federación Peruana de Fútbol, su trabajo no se visibiliza en la misma magnitud que el trabajo de un varón dentro de una organización de fútbol.

Al presente, el periodismo deportivo ha avanzado en cuanto a presencia femenina, pero todavía es un ideal la igualdad real. Su trabajo sigue siendo menos remunerado, menos reconocido y menos visible en comparación al rol de los hombres y el reto actual es que no solo se habrán puertas sino se garantice que esas puertas conduzcan a los mismos salarios, respeto y reflectores.

2.1.3.1 Las pioneras del periodismo deportivo

La participación femenina en el periodismo deportivo ha sido históricamente menor en comparación con la masculina, su incursión en este campo se dio de manera tardía y estuvo marcada por múltiples dificultades, en gran parte debido a estereotipos sociales y culturales profundamente arraigados. El rechazo, la burla, la falta de oportunidades y el cuestionamiento permanente sobre el conocimiento deportivo de las mujeres, han sido circunstancias que han marcado el inicio de las mujeres dentro del ejercicio del periodismo deportivo.

No obstante, con determinación y esfuerzo, las mujeres han logrado superar estas barreras desde hace más de una década, un grupo de periodistas irrumpió en los medios de comunicación, aportando una nueva perspectiva al periodismo deportivo.

Mujeres referentes del periodismo deportivo a nivel internacional

Desde hace muchos años atrás se ha notado que en el desempeño periodístico en el ámbito deportivo ya no es exclusivo de los hombres, hoy en día las mujeres han demostrado hacer trabajos excelentes en diferentes medios de comunicación, fundamentalmente más visiblemente en la televisión.

María Escario, es una periodista destacada en España pionera en deportes femeninos para televisión con mucha trayectoria y muchos reconocimientos. Maria Tikas, española, aficionada al deporte y fundamentalmente al fútbol, redactora de artículos para medios de prestigio y a pesar de que ha sufrido muchos ataques machistas continúa reduciendo barreras. Juliet Bawuah de Ghana, es una periodista deportiva y activista que fundó el *África Womens Sport Summit*, una organización dedicada a promover la igualdad de género y combatir la violencia en el ecosistema deportivo en África y a su vez en el mundo.

Con el tiempo, algunas de las mujeres han logrado consolidarse en programas deportivos televisivos, un espacio que normalmente estaba dominado por hombres en Perú. Cuando revisamos la historia, tenemos que considerar a Renata Casalino, “Chichi” Casanova, Carla Stagnaro y Silvana Arbulú, quienes fueron pioneras en la televisión durante la década de los noventa en Perú.

En los últimos años, apenas diez mujeres han ejercido el periodismo deportivo en televisión, de las cuales solo seis han logrado mantenerse en el medio, Romina Antoniazzi, Laura Spoya, Carola Román, Clelia Francesconi, Alexandra Horler y Johana Boloña.

Por otro lado, Mónica Belaúnde, Ana María Picasso y Luciana Ochoa, quienes también incursionaron en este ámbito como presentadas, conductoras y comentaristas, ya no se encuentran activas en el periodismo.

Carola Román afirma que “el periodismo se hace y se nutre en la calle”, una premisa que ha experimentado de primera mano cómo reportera de CMD mientras cubre el torneo nacional de voleibol, sin embargo, su trabajo también la llevó a cubrir noticias sobre fútbol, donde ha enfrentado situaciones desafiantes, ella recuerda por ejemplo, que en el aeropuerto recibió codazos y patadas mientras intentaba conseguir declaraciones de jugadores peruanos que retornaban del extranjero. Para Carola, lo fundamental en el periodismo no es el género, sino la preparación y el profesionalismo. “las oportunidades llegan con esfuerzo y estudio, no por exigir privilegios por ser mujer”.

Por su parte, Alexandra Hörler expresa el entusiasmo que siente por su profesión. “Muchos amigos me dicen que envidian mi trabajo, y los entiendo porque realmente lo disfruto”, señaló en una entrevista, la presentadora de CMD. Junto a periodistas como Alexandra del Solar, Romina Antoniazzi, Carola Román y Luciana Ochoa, aportan una perspectiva femenina a las transmisiones deportivas que hoy en día se realiza. A pesar de que el periodismo deportivo ha sido tradicionalmente dominado por hombres, estas comunicadoras han demostrado que su talento y conocimiento van más allá de solo ser presentadoras de segmentos en televisión. En este sentido, Alexandra Horler, resalta la importancia de conocer a fondo el fútbol “para hablar de este deporte, es necesario comprenderlo bien, comprometerse totalmente y, sobre todo, que realmente te apasione”, sostiene. Además, confiesa que su amor por el deporte va más allá del fútbol, ya que también disfruta del básquet, el tenis y el surf.

Alexandra del Solar ha sido otra de las pioneras en la televisión deportiva, destacando tanto por su presencia como por su conocimiento en el ámbito deportivo conduciendo un noticiero, titulado “Central Deportiva” en Cable Mágico Deportes. Pese a ser abogada de profesión, su pasión por el deporte pudo más para su ejercicio, sus inicios en el periodismo deportivo se dieron en Calama, Chile, donde su esposo, Álvaro Barco, jugaba como futbolista sin embargo, al regresar a Perú en busca de una oportunidad en televisión, se encontró con muchas dificultades “mi única experiencia en la televisión había sido como modelo en el programa de Johnny López (*Diga lo que vale*), a pesar de su apellido reconocido, por ser hermana de José Guillermo del Solar , muchas puertas se cerraron en su búsqueda de una oportunidad en los medios, “fui a varios canales y se burlaban de mí ni siquiera por llevar el apellido Del Solar me tomaban en cuenta, finalmente, Gustavo Barnechea me dio la oportunidad y hasta hoy la he sabido aprovechar”, afirmó. Su fuerte carácter no solo le ha permitido alcanzar sus metas, sino que también le ha generado roces con hinchas y colegas del medio, como Carlos Alberto Navarro.

Luciana Ochoa, por su parte, resalta que el trabajo de campo les brinda la oportunidad de conocer en persona a figuras a las que han admirado, compartiendo momentos memorables con ellos, “...El periodismo me ha permitido interactuar con personajes que admiraba en 2008, por ejemplo, acompañé al equipo español que ganó la Copa Davis en su visita a Pisco” recordó; a su vez, en el ejercicio de su profesión, tuvo la oportunidad de viajar a un Sudamericano de vóley que se desarrolló en Pekín. Sin embargo, enfatiza que es esencial mantener la profesionalidad en todo momento.

A pesar de que en televisión pueden proyectar una imagen delicada, estas periodistas han demostrado su fortaleza y versatilidad en distintas disciplinas deportivas, otro

ejemplo es Luciana Ochoa, quien comenta que desde niña prefería jugar al fútbol en lugar de entretenerse con muñecas, además, disfruta de deportes de contacto como las peleas de la 'Ultimate Fighting Championship' y el vale todo, lo que, según ella, le ha ayudado en su desarrollo.

Romina Antoniazzi, fue de las mujeres que rompió el estereotipo de que solo los hombres pueden hacer análisis certeros sobre fútbol; para ella, la clave para destacar en el periodismo deportivo ha sido la constancia, el aprendizaje y el esfuerzo, su pasión por este deporte viene desde la infancia, ya que su padre argentino prefería llevarla a los estadios de fútbol en lugar de fiestas. Cuando inició su carrera en Panamericana Televisión, logró hacerse notar en los segmentos deportivos de los noticieros matutino como conductora del bloque deportivo en TV Perú, demostraba que hablar de fútbol con autoridad no depende del género. A sus 28 años, ha construido una trayectoria sólida en el periodismo deportivo, no solo a través de su presencia en los estadios, sino también en el ámbito escrito con su columna “La Fanática” en el diario Deport. Para Romina, combinar la escritura con la televisión ha sido una gran ventaja “me apasionan ambas cosas, son diferentes, pero se complementan quien sabe escribir desarrolla mejor su capacidad de expresión”, indicó en una entrevista para el diario Deport. De hecho, la capacidad de expresión facilita el trabajo en radio o televisión. Romina siempre tuvo el deseo de incursionar en radio, ya que el manejo en los diferentes medios de comunicación no es el mismo. afirma. Al igual que muchos de sus colegas, ella admite que llegó al periodismo deportivo por casualidad y que con mucho esfuerzo y constancia supo ganarse un lugar.

Ana María Picaso, otra de las figuras de la Central Deportiva cuando CMD le hizo una propuesta para unirse a su equipo, no lo dudó ni un segundo “fue una gran oportunidad,

ya que el noticiero cubría una amplia gama de disciplinas deportivas y ofrecía información actualizada del ámbito nacional e internacional. Ana María estudio en la Universidad de Texas en Austin y desde su experiencia, había muchas compañeras suyas que tenían interés por cubrir actividades deportivas porque en E.E.U.U. era de las especializaciones más populares. La mayoría de ellas, tenía la ilusión de trabajar en Fox Sports y ESPN.

En radio, quienes actualmente destacan a nivel nacional son, Estefanía Chau, quien conduce Nacional Deportes en Radio Nacional; ella ha trabajado en Movistar Deportes, ha sido redactora de Perú 21, Agencia Andina y participa como reportera y panelista en TV Perú. Erika Vásquez y Macarena Diaz también son parte de Radio Nacional.

Al interior del país resaltan Jeny Vasque Aguedo quien se ha mantenido al aire con buena sintonía en la región Arequipa con su programa “Puro Deporte”.

En la provincia de Cusco, según el testimonio del presidente del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú – Filial Cusco en el presente año 2024 Fredy Romero Pacheco; María Teresa Ferro, fue de las primeras en formar parte de esta organización, es una periodista colegiada activa en la actualidad, desde los años 2000 se dedicó al periodismo. Es una profesional que además forma parte del Colegio de Periodistas de Cusco. Ella ha trabajado en diferentes medios de información tales como RTV El Diario en el canal 45 en el año 2007 con su programa “Tiempo de Fuego” emitido de lunes a viernes de 17:00 a 18:00 horas; un programa informativo y de análisis, ha tenido participación en Cusco TV, Canal 47 con participación activa en el ámbito local a nivel del periodismo.

Edelmira Pérez Espinoza, profesional femenina que ha causado impacto en la región del Cusco, asumiendo cargos importantes como la Dirección de “Impacto” en Radio Líder. Además de tener un espacio periodístico matutino en la actualidad, ha formado parte del

liderazgo del gremio periodístico como la decanatura del Colegio de Periodistas del Perú – Consejo Regional Cusco.

Edelmira Yañac Ingles periodista colegiada habilitada y de gran trayectoria, con participación en radio, televisión y prensa escrita, asociada a radio “La hora” donde asumió la Dirección del medio radial durante mucho tiempo. Su crecimiento profesional le llevo a resaltar dentro del medio y asumir cargos importantes como responsable de la Oficina de Relaciones Públicas del Gobierno Regional desde el año 2024.

A través de una entrevista personal, conseguí datos importantes de Melissa Valdivia Romero, es una mujer cusqueña, egresada de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNSAAC, una referente en el periodismo deportivo, que, aunque no ha pertenecido al Círculo de Periodistas del Perú Filial Cusco, ha trabajado 5 años en el Grupo La República: Libero y La República cubriendo todo tipo de noticias cubriendo Liga 1, Selección Peruana, Copa Perú, notas diarias, producciones fotográficas cuya cobertura se extendió en muchos casos hasta Apurímac y Puno. En dicho grupo, inicialmente trabajó como redactora desde el 2015 hasta el 2018, después trabajo como reportera gráfica. Formo parte de la conducción el año 2017 tenía un programa deportivo con un grupo de compañeros de la universidad en radio Metropolitana. Desde el 2019 hasta el 2021 trabajó en RPP Noticias en el bloque deportivo de la edición regional. Desde el 2020 trabajo en el Grupo El Comercio con notas de coyuntura; por la pandemia desde el 2021 recién pudo cubrir deportes con los partidos de Liga 1 en el Diario Dépor que en el 2024 cerró su edición impresa y pasó a la web y edición digital completamente, allí la cobertura deportiva en regiones bajó mucho se dio prioridad a la cobertura deportiva solo si implicaba a equipos de Lima o si el equipo local se encontraba ranqueando en el campeonato. En el año 2024 hasta parte del 2025 trabajo con la agencia Itea Sport de la Liga 1 y Liga Femenina cubriendo

partidos oficiales. En el 2025 laboré también como reportero gráfico para Eurasia Sport (Getty Images). Desde el 2022 disminuyó la regularidad de su trabajo en periodismo deportivo y en general porque también decidió continuar sus estudios Medicina Veterinaria, que también le apasiona.

Las mujeres periodistas en su mayoría, han optado por elegir la prensa general, ya que el periodismo deportivo es muy poco remunerado y reconocido. En el presente solo ha sido mucho más visible el ejercicio del periodismo deportivo por parte de Milagros Hincho en Radio Universal, Fernanda Urquiza en Exitosa Deportes, Alisson Villacorta en Full Gol Sport por radio Universal y Viky Esperanza en RN la Radio.

2.1.4 Rol de la mujer en el periodismo deportivo

García (2017) Considera que, desde tiempos antiguos, el deporte estaba pensado solo para los varones, que incluso en las sociedades sedentarias en sus inicios era dirigidos por hombres, es importante recordar que el deporte ha sido un campo creado por y para hombres, pues a través de él se realizaba el culto a la masculinidad y los valores relacionados a ella: fortaleza, resistencia y agresividad. El deporte era una forma de mostrar quien era el más valiente, quien era el más fuerte. En la Antigua Grecia, se realizaron los primeros Juegos Olímpicos en honor a Zeus durante más de 800 años, de los cuales jamás se permitió a las mujeres comunes presenciarlos debido a que los atletas participaban desnudos como tributo al dios y solo algunas sacerdotisas podían asistir. Pese a que en estas Olimpiadas existieron juegos exclusivos para mujeres, en honor a la diosa Hera, eran menos famosos, menos importantes, siempre mantuvieron un perfil más bajo (García Gómez, 2017).

Podemos notar que históricamente, los juegos masculinos eran el evento principal y el de las mujeres se catalogaba como lo menos importante y menos trascendental.

Ante la creación del deporte y el periodismo deportivo en sus inicios fue en favor de los hombres ya que las culturas y los pensamientos se desarrollaban en una línea del machismo, pero la popularidad del deporte ha influido de manera trascendental a las mujeres quienes han comenzado a tomar importancia en el mundo del deporte esta acción ha ocasionado distintos problemas de aceptación en un mundo donde prevalecía una cultura del machismo.

En esta línea podemos indicar que, así como lo explican autores que han estudiado la presencia femenina en el periodismo deportivo históricamente, fuera de los deportes “femeninos”, rara vez las mujeres ingresaban como reporteras. No fue sino hasta 1970 que los deportes dominantes empezaron a permitir el ingreso de mujeres como reporteras a los espacios donde estaban los jugadores para realizar entrevistas y poder ayudar a cubrir dichos eventos deportivos. Aun así, esto fue solo un pequeño hito que, si bien abrió espacios para las mujeres, pero no generó mayor impacto en ese momento (Torres, De Santis, & Tamay, 2022).

Es así que en la actualidad hay predisposición de algunos medios para dar cobertura de fútbol y otros deportes a las mujeres periodistas deportivas, pero ello depende de la capacidad que puedan demostrar para el ejercicio de su profesión, en ese sentido podemos mencionar que aún hay mujeres a quienes les envían como reporteras, para cubrir en su mayoría, las disciplinas deportivas que solo son practicadas por mujeres.

Pedraza (2012) señala que dado que el periodismo deportivo es un espacio en donde el orden del discurso tiene un dominio masculino, la labor de la mujer dentro de este rubro supone una transgresión, la mujer tiene que “transgredir para comunicar” porque debe “enfrentarse al dominio masculino para poder hablar acerca del deporte”, ya sea de forma oral o escrita. En general, las mujeres que ejercen en el periodismo deportivo han

debido “adaptarse a mensajes y estructuras del género dominante” (Pedraza Bucio, 2012).

Por otro lado, como se ha mencionado anteriormente, no es muy común ver que la mujer periodista ocupe cargos importantes a nivel de dirigencia y en el rubro del periodismo deportivo no es la excepción. En el periodismo deportivo hay pocas mujeres con cargos altos e importantes y cuando las hay no alcanzan a ocupar ni el 50% de la plantilla del equipo directivo (Román San Miguel et al, 2020). Así, como explica Reñon (2021) a partir de Ramón (2019), las mujeres que se dedican al periodismo deportivo ostentan cargos medios - bajos ya que hay un techo de cristal que no les permite aún alcanzar cargos más altos que permitan competir con los periodistas varones.

De esta forma, Canela (2020), y en base a Covarrubias (2009), señala que a pesar de que se ha normalizado que la mujer ejerza periodismo deportivo, aún está lejos de encontrar equidad en el rubro. En este sentido, pese a que en los últimos 25 años la incorporación de la mujer en el periodismo deportivo ha evolucionado; se puede evidenciar que, aunque hoy en día se escuchan voces femeninas hablando de fútbol tanto en la radio, televisión y las redes sociales, aún existe una falta mujeres periodistas deportivas (Chavez & Freira, 2014). Tal como lo respalda Canela (2020), el crecimiento de la mujer en el periodismo deportivo ha sido una cuestión cuantitativa; es decir, el cambio significativo ha sido en la incorporación masiva de periodistas a los medios deportivos, pero no ha ido cambiando el papel o el rol que cumplen las mujeres al momento de conducir un programa o de dirigir un programa y al mismo tiempo de ingresar a los altos cargos que exige el mundo del deporte y más del fútbol.

Según Hincho y Muriel (2024) mencionan que las mujeres en los medios radiales, ha evolucionado significativamente a lo largo del tiempo. Inicialmente, las mujeres enfrentaron barreras significativas para ingresar y sobre todo destacar en la industria de

la comunicación, incluida la radio. Sin embargo, a medida que ha transcurrido el tiempo, se han producido cambios culturales en la sociedad y las mujeres han logrado ganar un lugar más prominente en este campo.

En la investigación presentada por las cusqueñas, las mujeres se desempeñan en una diversidad de roles en la comunicación a través de la radio. Las mujeres pueden ser presentadoras, periodistas, productoras, directoras, guionistas y expertas en diversos temas. Su figura en la radio, ha ampliado la diversidad de voces y perspectivas en los medios, además ha contribuido a cortar estereotipos de género y que con ello se pueda promover la igualdad.

No obstante, a pesar de esos avances, aún existen desafíos para las mujeres en la comunicación radiofónica. Por ejemplo, hay casos de mujeres que pueden enfrentar discriminación de género, recibir sueldos por muy debajo a sus colegas masculinos o al mismo tiempo, tener menos oportunidades de ascenso, recibir insultos, ser constantemente evaluadas a nivel de conocimiento, etc. Por ello, es importante seguir trabajando para lograr una inclusión con equidad de género en todos los aspectos de la comunicación, pero fundamentalmente en la radio.

A nivel de radio, en Cusco, son contadas las mujeres que ejercen el periodismo deportivo de manera permanente y se ha evidenciado la presencia de mujeres en televisión, pero que, fundamentalmente están consideradas solo como presentadoras o corresponsales, pero sin asumir roles de mayor relevancia, como compartir una mesa de diálogo, debate y análisis futbolístico.

2.1.5. El perfil de la periodista deportiva

Según Fumero (2016) el perfil del periodista depende de la preparación y las habilidades que ha desarrollado para comunicar una información coherente. Ante ello podemos observar que en los programas deportivos televisivos en donde mujeres forman parte de

la conducción, son consideradas como un objeto del programa y en muchos casos se les ofrece temas irrelevantes que al final solo las muestran como subordinadas a los demás conductores que son encargados del programa o dirigen el programa. Sin embargo, en ocasiones las periodistas deportivas tienen ventaja sobre sus colegas para conseguir que personas accedan a entrevistas sobre temas que tal vez un deportista no daría, pero con la imagen femenina consiguen la confianza necesaria para obtener mejores resultados (Fumero Gutiérrez, 2016). Esto debido a que las mujeres en su mayoría tienen habilidades comunicativas más desarrolladas y claras al momento de transmitir el mensaje al receptor.

(Canela Andrade, 2020), indican que, ahora es más común que las periodistas deportivas tengan el rol de presentar informativos o trabajar en la redacción de los medios deportivos convencionales, sin embargo, aún hay puestos que están reservados para sus compañeros varones. Además, señala que, aunque se hayan incorporado de manera masiva mujeres al periodismo deportivo, aún no cambia el papel que cumplen en estos espacios porque aún desempeñan tareas que se consideran como secundarias. Tal como lo detalla Canela, le resulta frecuentemente ver programas de información deportiva y encontrar un panel repleto de periodistas hombres ya que pocas mujeres tienen cabida en estos espacios y cuando la tienen su función queda relegada a un segundo plano, teniendo que dar paso a un video o limitarse a la lectura de opiniones de sus seguidores del programa (p.30).

Según Chávez (2021), en la mayoría de programas deportivos las mujeres tienen roles como presentadoras de noticias y solo en algunos casos cumplen el rol de comentaristas junto con los hombres. A pesar de que no tengan gran cabida aún, las mujeres han adquirido un rol preponderante y ha tenido un impacto positivo, pues el autor señala que en el resultado de sus encuestas obtuvo que un 50% están de acuerdo con el desempeño

de las mujeres en los programas periodísticos deportivos de señal abierta. El rol de la mujer como periodista deportiva ha tenido un impacto positivo porque su imagen ha logrado ser valorada en su entorno laboral, pues actualmente los comentarios y opiniones de las periodistas deportivas han cobrado mayor importancia, por ello ya llegan a tener el rol de comentaristas y narradoras en algunos programas (Chavez Hurtado, 2021).

2.1.6. Producción Radial

La producción radial o radiofónico es el proceso de la creación de contenidos para la transmisión en una estación de radio que tiene una estructura definida y que involucra varias etapas desde los guiones del programa hasta la grabación, edición y transmisión para los oyentes radiales.

Asimismo, Hincho y Muriel (2024) mencionan que una producción radiofónica se refiere a la creación y realización de contenidos para su transmisión a través de la radio la cual involucra la planificación, grabación, edición y presentación de programas, segmentos, anuncios u otros elementos que se emiten en una estación de radio. Este proceso implica la combinación de elementos auditivos, como música, efectos de sonido, voces y otros recursos sonoros, para crear una experiencia cohesiva y atractiva para los oyentes.

Frente a esta conceptualización puede variar el formato y contenido para el público oyente, dependiendo del enfoque del productor o periodista que conducirá el programa desarrollado, asimismo puede abarcar desde programas de noticias, entrevistas, dramas, programas educativos y programas deportivos. En esta sección la creatividad y la habilidad del productor se pone a prueba para utilizar efectos de sonido y que son aspectos clave en la producción radiofónica. En esta misma dirección podemos indicar

que la elección del tono, estilo y formato dependerá del público objetivo y del desarrollo del programa radial.

Gutiérrez (2002) citado por Hincho y Muriel (2024) la producción radial es un proceso articulado de actividades que terminan con la obtención de un bien o servicio, todo proceso de producción implica responder las siguientes preguntas: ¿qué producir?, ¿con qué producir?, ¿cómo producir?, ¿cuándo producir?, ¿dónde producir? Y ¿para quién producir? todas estas preguntas implican elecciones y toma de decisiones.

Estas interrogantes nos permitirán definir de mejor manera la participación de la mujer en el periodismo deportivo en los programas radiales que serán transmitidos al mismo tiempo permitirá una buena percepción del público en general sobre el desenvolvimiento de la mujer en el periodismo deportivo.

Según Espinoza y Malla (2017) afirma que en el momento de seleccionar una emisora para producir y pautar un programa radial deportivo es fundamental conocer y analizar la relación entre la radio y la temática de deportes, también se debe considerar los diversos tipos de públicos, sobre todo conocer el comportamiento de la audiencia frente a este tipo de espacios radiales y la realización de programas radiofónicos por parte de la radio.

2.1.6.1. Programas Deportivos Radiales

La radio tiene un alto alcance nacional en nuestro país, la gente lo percibe con un medio que es fiable para las noticias, el entretenimiento y una conexión con la comunidad. Actualmente a nivel nacional existe conflictos con los lineamientos que tiene la Federación Peruana de Fútbol por los derechos de transmisión de los partidos de la Liga 1, es decir, el fútbol profesional. Es así, que incluso el Colegio de Periodistas de Lima rechazo ciertos requisitos que impuso la FPF para que las radios puedan realizar las transmisiones de los partidos del llamado “torneo domestico”. Esto ha reducido la

oportunidad de que también mujeres periodistas puedan tener opción a ser visibles, que participen y ejerzan su profesión. Situaciones como las que menciono han generado que los profesionales del periodismo deportivos puedan abrirse a la digitalización y usar medios alternativos para el ejercicio de su profesión. Las exigencias de las normativas y los permisos para fundamentalmente, las transmisiones de partidos de fútbol profesional, ya sea Liga 1, masculino Liga 1 Femenino, Liga 2 y Liga 3, han afectado fundamentalmente a emisoras locales en Cusco que muchas veces no cuentan con todos los requisitos para recibir la acreditación correspondiente.

Cusco tiene muchas emisoras tanto en la amplitud modulada como en la frecuencia modulada, por ello existe una alta oferta que genera mucha competencia a nivel de programas deportivos. La mayoría de las emisoras en Cusco tienen espacios deportivos durante su programación. Actualmente muchos de ellos inclusive tienen hasta 4 o 5 espacios exclusivos de deporte, tal es el caso de Radio Universal, que tiene programas como: Full Gol Sport, Sensación Deportiva, Solo Deporte, A todo deporte; que, si bien son programas independientes, usan la frecuencia autorizada de Radio Universal en los 103.3 FM. Algo muy parecido sucede con la emisoras, Radio Metropolitana y RN la Radio. Sin embargo, también existe la limitante de los requisitos que impone la FPF para la cobertura de los partidos, inclusive a nivel local, una emisora no solo tiene que tener la Acreditación de la LIGA 1, sino también tienen que realizar un proceso de acreditación independiente en cada club para cada partido y no siempre las solicitudes proceden como aceptadas para todos.

Es importante explicar que, para el ejercicio del periodismo deportivo, el profesional tiene que tener acceso a la información y para poder realizar, un análisis y emitir opinión, el profesional tiene que asistir a los partidos de fútbol y recopilar toda la

información que sea posible para después, en su programa de radio pueda expresarlo con conocimiento de causa.

2.1.6.2. Mujeres Periodistas que Participan en Programas Deportivos Radiales

En la provincia de Cusco en los últimos dos años se ha visibilizado un poco más la presencia de mujeres que ejercen el periodismo deportivo, a pesar de que existe una escasa información a nivel de datos sobre la cantidad de mujeres periodistas deportivas en esta ciudad, por diferentes motivos y creo desde lo que he podido analizar es porque el periodismo deportivo en Cusco no es formal, los periodistas deportivos en su mayoría son periodistas independientes, por ello a nivel estadístico no existe información respecto a la cantidad exacta de periodistas que ejercen la rama deportiva. Por ello, se ha actualizado la información de la presencia femenina como periodistas deportivas en la ciudad del Cusco, de la siguiente forma: tomo como precedente la investigación sobre “LA PRESENCIA FEMENINA EN PROGRAMAS DEPORTIVOS RADIALES EN LA CIUDAD DEL CUSCO 2023” de Milagros Hincho y Marynela Muriel, quienes a través de su investigación han consignado lo siguiente:

Programas deportivos radiales con mujeres en ejercicio del periodismo deportivo

NOMBRE	PROGRAMA	EMISORA
Andrea Lucero Felix	El Show del Papá	RN la Radio 96.1
Fernanda Urquiza Mora	Exitosa Deportes Cusco	Radio Exitosa 99.3
Milagros Hincho Suyo	Solo Deporte	Radio Universal 103.3
Viky E. Mamani Tapia	Luces, Cámara y Fútbol	RN la Radio 96.1
Sofía M. Quispe Puclla	Luces, Cámara y Fútbol	RN la Radio 96.1

Fuente: Mamani, V.

2.1.7. Teoría de la percepción

La teoría de la percepción según Gestalt, es una tendencia al orden mental. Inicialmente, la percepción determina la entrada de información; y, en segundo lugar, garantiza que la información retomada del ambiente permita la formación de abstracciones (juicios, categorías y conceptos) frente a hechos que se desarrolla en un lugar determinado para

generar percepciones de valor frente a acciones que pueda a desarrollar un individuo (Oviedo, 2004).

En esa línea, la percepción es el resultado del procesamiento de información que consta de, inicialmente, los estímulos que reciben los receptores, para luego convertirlo en juicios y conceptos, para que finalmente ello influya en las valoraciones que puede dar un sujeto sobre un desenvolvimiento o desempeño.

Según la definición de Vargas (1994) la percepción, es el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización reafirmado por (Arias Castilla, 2006). En donde la percepción ha sido concebida como un proceso cognitivo, ya que se dan juicios de valor sobre acciones donde un individuo se desenvuelve y habla sobre temas o conceptos que involucran actividades profesionales que desarrolla. Entender, juzgar, dar valor a la realidad y no solo captarla, es el principio de la percepción.

2.1.8. Percepción

Son conjuntos de procesos y actividades relacionadas con la estimulación que alcanza a los sentidos, a través de ella se obtienen información con respecto a nuestro hábitat, las acciones y nuestro propio entorno, da referencia a que tipo de información se obtiene y la forma en que ésta se consigue. En consecuencia, la percepción es la imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades las cuales permiten generar un resultado de un proceso de selección, interpretación y correcciones de acciones que buscan dar valor a una realidad (Suría, 2010).

A partir de esta definición podemos distinguir otros tipos de percepción. Así, como la Percepción Social que es el proceso por el cual nos formamos una primera impresión de

una persona y establecemos una relación con ella. Incluye aquellos procesos de índole cognitivo mediante los cuales elaboramos juicios relativamente elementales acerca de otras personas (Bruner y Tagiuri, 1954). Así mismo la Percepción Interpersonal es la captación, imagen o representación mental que una persona realiza de otra, cuando una persona observa también evalúa; por ello, emite juicios sobre lo que debe ser y hacer otra persona.

Así, la primera impresión del público respecto a las mujeres periodistas al verlas u escucharlas se refiere a la percepción social, mientras que la cuando un colega u oyente evalúa si deberían tener más voz, si son más competentes, etc., es la percepción interpersonal.

2.1.9. Tipos de percepción

Según, Fabián Coelho (2021), hay tres tipos de percepción:

La percepción visual: Se define como la capacidad de interpretar cualquier punto visible que lleguen a nuestros ojos, no solo ver sino entender.

Ejemplo: Cuando se ve a una mujer en cabina y pensar: “ella se ve muy segura”.

La percepción auditiva: Se define como la capacidad para interpretar la información que llega a nuestros oídos mediante ondas de la frecuencia transmitida por el aire u otro medio, No solo oír.

Ejemplo: Cuando se escucha la voz femenina en la narración de un partido y notar si suena nerviosa o si sabe muy bien lo que está haciendo.

La percepción social: Es lo que ayuda al humano crearse una idea de su entorno, esta percepción ayuda a tener conclusiones de cómo pueden ser los individuos antes de conocerlo. Se habla de una percepción social que está encaminada a elaborar juicios derivados de las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, donde intervienen

procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización (Andía Carranza, 2021).

En la percepción social, los oyentes basan su opinión en aprendizajes, memorias y símbolos.

Ejemplo: Antes de escuchar a la mujer periodista deportiva ya se cree que sabe menos que su colega varón.

Quiere decir que los oyentes interpretan a las personas, los entornos y las circunstancias usando su mente.

2.1.10. Teoría de la Valoración

Para White (2004) La Teoría de la Valoración proporciona un marco para explorar de qué modo y con qué fines retóricos los hablantes y autores adoptan una postura actitudinal frente a ideológicas, en última instancia hacia el contenido experiencial de sus enunciados sobre acontecimientos que ocurren; también podemos tener posturas hacia sus interlocutores reales o potenciales con la finalidad de dar un valor y tener una postura hacia la heteroglosía del contexto intertextual en el que operan sus enunciados y textos. Esto quiere decir que, para este enfoque, el uso evaluativo del lenguaje tiene como función establecer un posicionamiento actitudinal, un posicionamiento dialógico y un posicionamiento intertextual que permitan dar valoraciones hacia acciones que realiza un individuo.

Según se define la valoración como un término de amplio alcance, que incluye todos los usos evaluativos del lenguaje, mediante los cuales los hablantes y escritores no sólo adoptan posturas de valor particulares, sino que, además, negocian dichas posiciones con sus interlocutores reales o potenciales sobre determinadas acciones que se realiza en un determinado tiempo. Asimismo, la valoración se puede relacionar con la posición actitudinal que está vinculada a los significados mediante los cuales los emisores indican

su valoración positiva o negativa respecto a personas, lugares, objetos, hechos y circunstancias. Se relaciona con las nociones de aprobación o, por el contrario, de asignación de culpa o de responsabilidad frente a acciones desarrolladas en un ámbito (Kaplan, 2004).

En consecuencia, para Kaplan, la valoración tiene recursos evaluativos, según esta teoría, pueden dividirse en tres grandes dominios semánticos: la actitud, el compromiso, y la gradación. En el dominio de la actitud se incluyen los significados por los cuales los textos o hablantes atribuyen un valor o una evaluación intersubjetiva a los participantes y a los procesos. Éstos pueden estar relacionados tanto con respuestas emocionales como con sistemas de valores culturalmente determinados sobre acciones que se realizan. En ese sentido para desarrollar la investigación nos enfocaremos al desarrollo de la actitud.

2.1.11. Actitud

Según Kaplan (2004) la actitud se clasifica como todos los enunciados que transmiten una evaluación positiva o negativa, o que pueden interpretarse como una invitación al lector a suministrar sus propias evaluaciones negativas o positivas. Esta categoría se divide, a su vez, en los subsistemas de afecto, juicio, y apreciación. El afecto es la caracterización de los fenómenos en relación con las emociones; el juicio es la evaluación del comportamiento humano con respecto a las normas sociales institucionalizadas y hace referencia a la evaluación moral de la conducta; y la apreciación tiene que ver con la evaluación de objetos, procesos y textos, en función a los principios estéticos y otros sistemas de valor social. Se debe advertir, no obstante, que todas las distinciones realizadas en el sistema de actitud corresponden al esquema de valores propios de la cultura donde se desarrolla.

Como señala White (2004), la categoría de afecto puede considerarse como el sistema actitudinal básico, mientras que el juicio y la apreciación son formas institucionalizadas de las emociones. Esto permite evaluar y eventualmente controlar el comportamiento humano por un lado y, por el otro, valorar tanto los logros humanos (White, 2004). Entendiendo que la valoración tiene implicancias en la actitud de los hinchas en un determinado espacio y evento deportivo, en relación a la participación de la mujer dentro del periodismo deportivo.

2.1.12. Hinchas de fútbol

Los hinchas por su parte, son aquellos que hacen parte de la colectividad que se denomina hinchada, son aquellos que siguen a un equipo, hacen presencia constante en los juegos, han pasado de ser espectadores pasivos a actores principales, los cuales se hacen conocer por ser los protagonistas vitales del equipo a seguir y de los comportamientos desbordados que pueda existir en un evento deportivo (Castro Lozano J. A., 2010).

Asimismo, según Garriga (2006) las hinchadas según sus concepciones son los únicos espectadores que tienen tres cualidades distintivas, que los diferencian y los aglutinan de la población común.

La primera es la fidelidad: estos simpatizantes afirman ser aquellos que a pesar de las condiciones desfavorables asisten a los partidos, sin importar si la adversidad tiene facetas deportivas o climáticas y de largas distancias. La segunda cualidad que los define es el fervor: según ellos son los únicos espectadores que durante todo el encuentro deportivo saltan y cantan, alentando a su equipo sin importar si éste pierde, gana o empata. La tercera cualidad son las prácticas violentas. Los miembros de la hinchada, según ellos mismos, ponen a disposición del honor del club sus posibilidades violentas para no ser ofendidos por las parcialidades adversarias. Un hincha, muchas veces tiene

la concepción: yo daría la vida por el equipo. En esta frase el integrante de la hinchada relaciona el honor del club con la violencia y se muestra como actor en la defensa de la virtud de la institución (Garriga Zacal, 2006).

Asimismo, los hinchas se expresan aplaudiendo, agitando sus brazos, abrazando a otro espectador, gesticulando, imitando a los jugadores o jugando pateando pelotas imaginarias. O sea, que tienen acciones corporales que se ajustan al acontecimiento deportivo. Esta caracterización no puede dejar de mencionar algunas conductas violentas de este colectivo: lanzamiento de proyectiles, botellas, insultos, hacia el juez de línea o hacia el árbitro principal, incluso a los propios jugadores si dentro del terreno de juego no tienen un buen desempeño. Pero siempre enlazado con el espectáculo futbolístico que se observa. Por ejemplo: discusiones acaloradas que hasta producen peleas por la opinión desmedida (insultos) dirigidas al técnico o algún jugador y que no siempre están de acuerdo (Zambaglione, 2008).

Según Andía el valor que pueden dar los hinchas a una mujer periodista deportiva está relacionado a que los medios de comunicación tienden a proyectar una imagen de las mujeres inferior a la de los hombres por tener un enfoque detallado sobre su desenvolvimiento y los roles que puedan tomar en un programa deportivo o eventos deportivos, dando a entender que están frente a este medio por su figura, no por sus conocimientos o por lo profesionales que puedan ser. Muchas veces el público percibe a la mujer como una persona incapaz de entender, narrar o emitir una opinión válida sobre algún deporte por el simple hecho de ser mujeres o por tratar de satisfacer los deseos de la teleaudiencia que en su mayoría es masculina. Asimismo, se encuentran discriminadas ya que solo le otorgan temas intrascendentes que muestran la inferioridad

en la que ella se encuentra frente a los conductores del programa (Andia Carranza, 2021).

Hartmann y Sarmiento, (2009) indican que las hinchadas desarrollan, en consecuencia, un ritual, previo, durante y posterior al partido, la asistencia al estadio no es su único espacio de expresión y de convivencia con su grupo en los previos de los partidos, los barristas asisten religiosamente a sus reuniones, en las cuales preparan los cánticos, los viajes, y todos los aspectos relacionados con la fiesta de apoyar a su equipo. El día del encuentro deportivo, los barristas se organizan para el decorado de su tribuna, y durante el partido nunca dejan de alentar a su equipo con cánticos y saltos que son característicos de cada una de las barras, posterior al encuentro y dependiendo del resultado futbolístico, los barristas continúan con sus rituales, y permanecen unidos hasta llegar de nuevo a sus territorios.

El término hinchada también se suele utilizar al hablar de las organizaciones de fanáticos que con regularidad se enfrascan en disputas violentas, equiparándolo así al de barras bravas, los integrantes de una hinchada concebida bajo estos términos se pueden distinguir de los demás fanáticos. José Garriga define los integrantes de una hinchada o barra brava enumerando las tres características que según los hinchas mismos los diferencian de los demás fanáticos. Menciona la fidelidad al club, el fervor al animar al equipo y las prácticas violentas, siendo estas últimas donde estriba la mayor diferencia las prácticas violentas según los hinchas responden a una lucha de honor del club contra el adversario; cuestiones que no se pueden debatir en el campo sino mediante la pelea cuerpo a cuerpo en las gradas o en las afueras del estadio.

Los hinchas además definen espacios y crean demarcaciones que no solo sirven para delimitar un espacio propio y uno rival, sino que le imparte ciertas cualidades a estos espacios y a sus habitantes. «El club y el barrio funcionan, en el imaginario de los

hinchas, como pares indiscutibles», dice Garriga. Las cualidades que los integrantes de la hinchada proclaman para su territorio son las que, según ellos les brindan honor y prestigio. Entre estas se puede mencionar la locura del barrio, el abuso de las drogas y la posesión de aguante. El aguante es uno de los principales bienes reclamados por los hinchas. «El aguante engloba saberes de lucha corporal, resistencia de dolor y decadencia del temor al riesgo. Estos saberes sólo pueden ser probados en una contienda corporal».

El ideal de masculinidad dentro de una hinchada o barra brava está dictado por la posesión de aguante, por ejemplo, el más macho es aquel capaz de tomar grandes cantidades de alcohol sin perder el control, según los integrantes de la hinchada no es de hombre huir de una pelea, manifestar dolor o no resistir el uso de grandes cantidades de alcohol o drogas, dictado por este modelo de masculinidad, tienen los hinchas un propio ideal corporal que difiere de los demás grupos sociales. En estos se ve como algo positivo los hombres grandes y de buen lomo e incluso la gordura, según su ideal, en estos cuerpos se ve evidenciado el alto consumo de alcohol y de drogas, además se ve como una ventaja en los combates. En el cuerpo gordo y de buen lomo, la fuerza es alcanzada a través de la experiencia en combates y del trabajo físico cotidiano.

En el fútbol, el propósito fundamental de la hinchada es alentar a su equipo durante el partido. Pero además de esto, las hinchadas compiten entre ellas para demostrar quién alienta más o quién es más seguidor fiel de su equipo. Las hinchadas pueden permitir que su equipo pierda un partido, pero no pueden permitirse ellas perder su propio partido contra las hinchadas rivales. Por esto, la función de las hinchadas no se limita solo a ir al estadio a ver a su equipo. Cada hinchada tiene su propia organización en la cual se decide dónde reunirse antes de los partidos, qué cantarán en el partido, cómo se van a transportar los hinchas al estadio y cómo van a colocar las banderas en el estadio.

Para las personas que integran la hinchada, su papel es fundamental en el partido. El hincha entiende que su aliento transmitirá energía a su equipo durante el partido. En cada partido el hincha siente que debe alentar lo más fuerte posible porque esto hará que su equipo gane.

Las características de un hincha son:

- Es un partidario entusiasta de un equipo deportivo.
- Se asocia a la idea de un grupo de personas que cantan y despliegan banderas para animar a su equipo.
- Los hinchas comparten rituales, como lanzar papeles cuando su equipo sale al campo.

El término hincha puede provenir de Montevideo, donde se le decía "Reyes, el Hincha" a un empleado del club Nacional que se encargaba de inflar los balones.

La hinchada y otros espectadores

Los problemas de definición, al respecto de qué es una hinchada de fútbol y quiénes la conforman, obstaculizan sin duda la posibilidad de pensar y de comprender en profundidad, en este colectivo se suscitan innumerables prácticas identitarias que demarcan territorios hacia el interior de ese conjunto indefinido de actores sociales podríamos situar a las personas que asisten a un estadio, dentro de un universo futbolístico o futbolero, donde no todos los actores que lo conforman, poseen las mismas características; no todos ven, sienten o actúan de la misma manera en este gran teatro social.

Al respecto Alabarces (2004) presenta un esquema en donde señala tres actores sociales que conformarían el universo del fútbol, estos tres actores son espectadores comunes, hinchas militantes y por último, la hinchada, para evitar confusión utiliza el término

barra-hinchada, podríamos decir que no contempla a otros actores a los que están dentro del rectángulo de juego, como los jugadores, árbitros, técnicos, médicos etc., que por razones expresas se diferencian de los hinchas, el autor, define claramente a cada uno de estos colectivos, presentando un sinnúmero de características, y prácticas simbólicas que demarcan claramente el límite entre unos y otros, aquí nuevamente aparece el componente identitario, la otredad, que separa, que marca territorio propio y ajeno, ahora bien, desde la perspectiva Alabarces explica la estructura social del conjunto de espectadores a partir de esta taxonomía, primero, espectadores comunes; segundo, hinchas fanáticos; tercero, hinchas duros, nómades; cuarto, la denominada guardia vieja; y, por último, la hinchada. Explicaremos las diferencias entre estas grupalidades a partir de sus prácticas y representaciones corporales.

Espectadores comunes

Están vinculadas con las vicisitudes del juego deportivo al que asiste como observador, este reacciona ante una situación especial pero siempre que devenga del juego en sí. su corporeidad se expresa aplaudiendo, agitando sus brazos, abrazando a otro espectador, gesticulando, imitando a los jugadores o jugando pateando pelotas imaginarias, o sea, que tienen acciones corporales que se ajustan al acontecimiento deportivo, esta caracterización no puede dejar de mencionar algunas conductas violentas de este colectivo: lanzamiento de proyectiles hacia el juez de línea o hacia al referí, pero siempre enlazado con el espectáculo futbolístico que observa, por ejemplo discusiones acaloradas que hasta producen escaramuzas por la opinión desmedida (insultos) dirigidas al técnico o algún jugador y con las que no siempre están de acuerdo. En cuanto a su sitio, a su espacio, generalmente el espectador común, ocupa rutinariamente el mismo espacio en la tribuna, cuando juega de local.

Los espectadores comunes poseen un espacio definido. Éste puede ser invadido por los otros, ya que pueden colgar banderas y obligarlos a desplazarse, sin embargo, los espectadores comunes nunca se atreverían a invadir el espacio de los otros el riesgo de cruzar la frontera puede ser serio, las represalias físicas están en el horizonte de posibilidades, los espectadores comunes expresan claramente su distinción con los otros, la construcción de la identidad no es un resultado de cualquier acto de nombramiento es un acto que designa una diferencia, diferencia es siempre un proceso social, es una construcción discursiva, no es una característica natural, sino muchas veces es una característica naturalizada.

Asimismo, para Harold Pardey, Juan Paulo Galeano, y Andrés Blanco (2001), en su Tesis "La ciudad de los fanáticos" mencionan que "La hinchada es el conjunto de aficionados que se declaran partidarios de su equipo, y la barra es ésta misma hinchada, pero organizada oficialmente, auto reconocida como tal y con presencia pública, con bases estatutarias, deberes y derechos establecidos". De otra parte, para Rivera, "Las barras son agrupaciones que cantan y brincan durante todo el desarrollo del partido, y se convierten en un estandarte más del equipo y aunque oficialmente no sean reconocidas o estén adscritas a una organización particular, interiormente sí manejan una organización política, económica e ideológica propia".

En la actualidad, existe una gran dificultad para establecer o enmarcar las diferencias entre los diferentes tipos de aficionados, en especial dentro del estadio, una vez el aficionado ingresa al estadio, sufre una transformación, y es allí en donde aflora toda su pasión y sentimiento por el fútbol y por su equipo, el fútbol es la mayor movilización que hay, acá vemos que el fútbol mueve masas, y que hasta el Papa es hincha a morir del fútbol, de San Lorenzo, también debemos conocer quién es un barra y quien es un hincha, dentro del estadio, y no encontramos diferencias, porque uno va al estadio y en

la parte oriental y occidental ya parece que fueran barristas, porque ellos también ya cantan, y se organizan, y allá se ve más las groserías que en las mismas tribunas de las barras” En síntesis, Bernal resume la diferencia entre los tipos de aficionados al fútbol, “el aficionado es la persona que le gusta el equipo, los barristas unos siempre apoyan al equipo y otros están alrededor del equipo.”

Los fanáticos

Son aquellos que poseen como marca registrada, la fidelidad a su club, a sus colores, se encargan de demostrarlo y fundamentalmente de decirlo: “no te vi el domingo pasado, eres un localista”, designar a alguien como localista significa que no es fiel, que no pertenece y no merece pertenecer al sector hincha fanático, el honor de pertenecer se gana partido tras partido, soportando cualquier situación ya sea un día de lluvia, frío, calor, compromisos familiares, nacimientos de hijos propios y de familiares o amigos, en fin, nada se interpone al amor por los colores, un fanático haciendo alarde de su fidelidad decía: “Yo la tengo clara primero está mi partido de futbol después la familia”. Una de las diferencias con el colectivo espectadores común es el seguimiento incondicional; al espectador común no le avergüenza decir que no va de visitante, en cambio al hincha fanático lo descalifica, Mario Reyes-Bossio, especialista en psicología deportiva y docente investigador de la UPC, nos advierte que es importante diferenciar al hincha del fanático, son dos personajes completamente diferentes de un mismo escenario.

Las características de un fanático son:

- Es una persona que siente entusiasmo por un equipo deportivo.
- El fanatismo puede llevar a conductas desadaptativas o negativas.
- El fanático puede ser un admirador de una persona o un grupo determinado de personas.

Hincha Especial

A este grupo, Juan Manuel Soto (2010) lo propone dentro del universo de los hinchas como aquel que está más próximo al centro de la tribuna, elige un lugar donde pueda ver bien el partido y a su vez sentir las consignas referidas al cancionero, cantar y saltar, es más, en varias ocasiones son ellos, los fanáticos, quienes comienzan la arenga la elección del espacio es muy importante para este grupo, ellos definen que van cerca de la hinchada porque allí se canta y se apoya al equipo. En ese contexto, un espectador decía: “ahí no voy más, son unos amargados de mierda, putean a todos y no cantan”, la amargura es una señal de la otredad, señal que debe ser rechazada, además, se observa en este grupo marcas de fascinación para con la hinchada, fascinación porque estos grupos son representados como los más fieles y fervorosos, no insultar a sus jugadores, alentar sin importar si ganan o pierde, es la clave de pertenencia por eso cantan una de sus principales características de este colectivo es que está compuesto por adolescentes o jóvenes de entre 13 y 18 años que se definen por su inestabilidad, van y vienen, se renuevan, no están siempre, no son seguidores fieles como los hinchas fanáticos, aparecen en escena, siempre junto al núcleo duro en determinadas y contadas ocasiones, también se los ve en partidos especiales como en algunas finales o en partidos de copas internacionales, podemos decir que este grupo es instrumentalmente requerido para garantizar presencia numérica y aguante corporal, es así que su identidad corporal se define en las peleas y luchas.

Aficionado

El concepto proviene del latín “afección” que lo relaciona con alguien que siente gusto o preferencia por una actividad o espectáculo. Es una persona que le gusta el fútbol y que sigue a un equipo pero que no siempre va al estadio. Es un seguidor más casual que disfruta del deporte, pero no tiene identidad con algún equipo.

La guardia vieja

La guardia vieja antaño conformó parte de la hinchada, son los viejos líderes o sus allegados, son espectadores que antes protagonizaban peleas y luchas variadas que en función del tiempo y sus vicisitudes han perdido su lugar central en las tribunas, muchos de los componentes de la guardia vieja afirman: “yo ya la hice, ahora que la hagan los jóvenes”, así dan cuenta de un retiro, de un cambio de estatus por eso ya no ocupan sus espacios centrales en las tribunas y se ubican cómodamente en platea, la guardia vieja es admirada por su pasado, son hinchas que son reconocidos por haber participado de numerosas peleas, sus cuerpos dan testimonio de estas gestas, mapas corporales contorneados con innumerables cicatrices y prontuario policial se encargan de dar cuenta del aguante que los caracteriza como grupo digno de admiración por las nuevas generaciones de barras.

Esos sujetos comparten cierta posición de privilegio junto a los jefes del núcleo duro mantienen una buena relación con integrantes de la comisión directiva y aún, reciben ciertos favores, como entradas, puestos políticos, puestos laborales etc.

La “banda” o el núcleo duro “La banda” es un grupo jerárquicamente organizado, grupo que se caracteriza por las luchas físicas, ascender en las posiciones de la jerarquía grupal requiere del reconocimiento como luchador, los jefes tienen un gran poder sobre el resto de la hinchada en función de su prestigio como luchadores, los integrantes de la banda se ubican en la cabecera del estadio, detrás del arco se colocan diversos tipos de banderas, pancartas y otros emblemas el color de las tribunas está asociado al centro, al espacio de las hinchadas, lo mismo sucede con los saltos y cánticos, ya que la banda se caracteriza por alentar durante buena parte del encuentro futbolístico, las banderas no sólo son usadas para identificar los colores del club, sino también, para asirse de ellos y

así quedar sostenidos los integrantes del núcleo con la doble función de alentar y de quedar espacialmente por sobre el resto de los espectadores.

2.2. Marco conceptual

Percepción

Son conjuntos de procesos y actividades relacionados con la estimulación que alcanza a los sentidos, a través de ella obtienen información con respecto a nuestro hábitat, las acciones y nuestro propio entorno, da referencia que tipo de información se obtiene y la forma en que esta se consiguió en consecuencia la percepción es la imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades las cuales permiten generar un resultado de un proceso de selección, interpretación y correcciones de acciones (Suría, 2010).

Valoración

Según Kaplan (2004) la actitud son todas aquellas expresiones que nos van a reflejar una opinión buena o mala de algo. Inclusive los enunciados de las expresiones pueden ser permitir que el receptor también dé su punto de vista ya sea negativo o positivo.

Aficionado

Es aquel seguidor que valora el rendimiento deportivo. En general, este seguidor es más leal al juego que al equipo, es aquel que busca entretenimiento y quiere un entretenimiento cercano y no es seguidor de un equipo en particular sino de la disciplina deportiva. A pesar de que muestran una lealtad moderada del equipo, el entretenimiento es fundamental para su disfrute. Esto quiere decir que le importa más el espectáculo y el entretenimiento (Tomás, 2022)

Hinchas

Son aquellos que forman parte de un grupo que se denomina “hinchada” y que siguen a un equipo, que hacen presencia constante en los partidos, ya no son solo observadores,

sino que han pasado de ser espectadores pasivos y se han convertido en actores centrales dentro del espectáculo deportivo. A estas personas se les considera como parte fundamental de equipo y también son responsables de conductas violentas particulares que se presentan en los partidos de fútbol. (Castro Lozano J. A., 2010).

Credibilidad

Rivas (2020) explica que la credibilidad es de los atributos más grandes que poseen las mujeres, porque esta virtud les permite comunicar los acontecimientos con honestidad, una cualidad que es fundamental en la labor del periodismo deportivo. Además, indica que las periodistas deben dar a conocer juicios objetivos y subjetivos con responsabilidad, lo que garantiza que todo lo que transmiten sea verdaderos y correcto.

Responsabilidad

Se explica como la capacidad de poder asumir las consecuencias de lo que se hace, de lo que se dice y de sus decisiones, con acciones éticas que se comprometan con el cumplimiento de los deberes en relación a los demás y a la sociedad. En ese sentido, desde este principio, dentro del ámbito periodístico, significa que se debe difundir la información verdadera, con respeto y con objetividad; de esa forma, la ciudadanía podrá tener una opinión crítica y también a se construye una comunicación social más responsable.

Cuando una mujer ejerce de manera profesional el periodismo deportivo, la responsabilidad cumple un papel muy fundamental. Ya que, a través de su trabajo, impulsa prácticas de comunicación inclusivas, sin exclusiones, libre de prejuicios que permiten orientar el fortalecimiento de la igualdad y el respeto.

Según Cortina (2008), “la responsabilidad supone responder ante uno mismo y ante los demás por las consecuencias de las propias acciones, reconociendo su impacto en la vida colectiva y en el tejido social” (p. 45). Ser responsable implica dar cuenta a los

demás y a uno mismo los efectos que generan los propios actos y decisiones. Reconociendo como se repercute en la vida de las relaciones con la comunidad dentro de la sociedad.

Simpatizante

El simpatizante es aquella persona que manifiesta afinidad, apoyo o identificación emocional con un equipo, una institución o un club, sin necesariamente formar parte activa de grupos organizados como asociaciones oficiales, hinchas o barras. Su relación con el deporte nace del afecto simbólico, la sensación de pertenencia y la admiración por los valores, logros o triunfos del equipo al que apoya. En el contexto del fútbol, los simpatizantes tienen un rol importante en la construcción de la cultura futbolística local, pues su forma de ver y actuar frente a diversos participantes del entorno deportivo, así como las mujeres periodistas, pueden contribuir a moldear las dinámicas de aceptación, legitimación y visibilidad del trabajo femenino en un espacio que históricamente ha sido masculino.

Según García Ferrando (2006), “los simpatizantes representan un sector importante dentro del fenómeno deportivo, pues expresan adhesión e identificación con un equipo o institución sin llegar a involucrarse plenamente como socios o aficionados militantes” (p. 112). Tal como lo explica, los simpatizantes componen un grupo relevante del mundo del deporte y se caracterizan por mostrar simpatía hacia un equipo sin comprometerse totalmente como miembros activos o hinchas militantes.

Periodismo deportivo

Rojas (2014), expone que el periodismo deportivo se dedica a transmitir información precisa y relevante sobre el mundo del deporte a través de distintos medios de comunicación, como periódicos, revistas, programas de televisión, radio y plataformas digitales. Los periodistas deportivos pueden realizar entrevistas, crónicas, reportajes,

análisis y comentarios con el propósito de informar y también de entretener a los aficionados al deporte.

Rol de la mujer en el periodismo deportivo

Según (Canela Andrade, 2020) ahora es más común que las periodistas deportivas tengan el rol de presentar informativos o trabajar en la redacción de los medios deportivos convencionales. Sin embargo, aún hay funciones que parece que estuvieran “reservadas” exclusivamente para varones. Además, el autor da a entender que si bien, muchas mujeres se han incorporado al periodismo deportivo, el papel que ocupan no ha cambiado significativamente, porque habitualmente se les asignan tareas secundarias o de menor jerarquía.

La Radio

La radio es aquella señal de audio cuyo contenido esta manejado y definido por un ser humano; es un medio que constantemente está en evolución y adaptación, se ha consolidado gracias a la creatividad y el avance tecnológico, no ha dejado de evolucionar ni de adaptarse a los tiempos modernos. Para ello, ha integrado estratégicamente transmisiones en plataformas digitales, ha renovado su contenido ha mejorado su producción y ha segmentado a sus audiencias (William, 2020).

Producción radial

La producción radiofónica se le define como la creación y realización de contenidos para su transmisión a través de la radio la cual involucra la planificación, grabación, edición y presentación de programas, segmentos, anuncios u otros elementos que se emiten en una estación de radio (Hincho & Muriel, 2024).

2.3. Antecedentes de la investigación (estado del arte)

2.3.1. Antecedentes internacionales

Ramírez, L. Restrepo, J. (2018) En su tesis titulada “*El rol de la mujer: una perspectiva sociocultural en el fenómeno del fútbol*”, realizado en la Universidad Autónoma de Manizales – Colombia, investigaron el papel que juegan las mujeres en el fútbol y en las barras de hinchas, no se fijaron solamente en el deporte, sino también en cómo las ven los hinchas, los prejuicios que existen y que lo significa que exista mujeres periodistas. La metodología que se utilizó en este trabajo fue de enfoque cualitativo profundo, aplicando entrevistas que permitieron recopilar información que posteriormente se analizó mediante tablas. La unidad de análisis fue el mundo social del fútbol, abordado a través de diversas categorías como género (masculinidad y feminidad), corporalidad, subjetividades y dinámicas de movimiento, identidades y relaciones, estigmas (prejuicio a las mujeres en el fútbol), símbolos, territorialidad, ritmos, rituales y significados. Asimismo, se consideraron los tiempos distintos; desde la cronológica, lo social y lo emocional, así como los movimientos emocionales y las racionalidades dentro del orden social. La información se obtuvo a través de entrevistas abiertas y se registró mediante la observación en un diario de campo, empleando estas herramientas como instrumentos de recolección de datos resultados, se evidencia la creciente participación femenina que llega a la conclusión, de que las mujeres hinchas desempeñan un papel fundamental dentro de las barras de los equipos, consolidando su presencia en este entorno. No obstante, la práctica del fútbol sigue siendo predominantemente masculina, ya que, a pesar de los esfuerzos de diversos sectores de la sociedad, continúa siendo vista como una actividad en la que los hombres predominan este deporte.

Fumero, S. (2016) Especialista en periodismo deportivo de la Universidad de la Laguna-España, en su tesis titulada “*Periodismo deportivo. El papel secundario de la mujer*

periodista”, busca estudiar los distintos prototipos de las mujeres periodistas deportivas que existen en los medios nacionales, televisión y radio de los distintos programas deportivos. Asimismo, define la relación que existe entre la mujer periodista y los contenidos que se obtiene en el ámbito laboral, si se tratan de contenidos de mayor o menor interés para la audiencia en general, el espacio y las herramientas que las mujeres tienen para obtener la información que se requiere para el ejercicio de la prensa deportiva.

A las conclusiones que se llegó en esta investigación fueron, que las primeras comunicadoras deportivas en su desarrollo profesional dentro de sus inicios, encontraron un ambiente que estaba dominado por hombres y que en el contexto social en que se desempeñaban era dominado por el machismo, donde tuvieron que afrontar situaciones de menosprecios a sus capacidades; al mismo tiempo tuvieron que superar esta situación con profesionalidad y constancia por la pasión que tenían por su profesión. Sumado a estas situaciones las periodistas no solo tienen que adquirir los conocimientos, sino que además tienen que tener mucha dedicación por horas ya que, los programas o bloques deportivos suelen ser diferentes a otras secciones de noticieros como política, economía y otros. Durante las jornadas deportivas los trabajos de cobertura periodística, en la mayoría de los casos es de noche y durante los fines de semana, aspecto que condiciona mucho a las periodistas femeninas, ya que suelen ser estas las que dedican más tiempo a sus familias y por ende es más común ver que una periodista mujer se retire antes de su trabajo que un compañero hombre.

Las periodistas féminas en muchas ocasiones no forman parte de las tertulias y de los comentarios que se realizan durante los partidos, simplemente informan acerca de los marcadores en directo o de ciertas incidencias que puedan ocurrir en el transcurso de los partidos. Por lo que, se concluye también indicando que, la participación, así como la

relevancia de la información que las periodistas comentan con respecto a sus compañeros masculinos es son muy inferior.

2.3.2. Antecedentes nacionales

Chávez, F. (2021) Especialista en comunicación deportiva de la Universidad de San Martín de Porres, en su tesis titulada “*Rol de la mujer en el periodismo deportivo en canales de señal abierta en Lima, 2019*” busca analizar cuál es el aporte de la incursión de la mujer en el periodismo deportivo en los canales de señal abierta en Lima en los últimos años. Para la realización de este trabajo se sacó una muestra probabilística de 394 jóvenes de entre 18 y 35 años de los distritos de Jesús María y Breña. Se trabajó con un diseño descriptivo, aplicándose un cuestionario de preguntas estandarizado para la variable del rol de la mujer y para la variable periodismo deportivo. Los resultados obtenidos son analizados a través del paquete de análisis estadístico para la investigación, SPSS versión 25, mediante el alfa de Cronbach como índice de validez. Estos facilitan concluir que el aporte de la incursión de la mujer en el periodismo deportivo es positivo, ya que se verifica que los estereotipos de masculinidad manejados por mucho tiempo han sido dejados de lado, para trabajar de igual a igual, sin menoscabar la femineidad que caracteriza a la mujer. Las conclusiones a las que se llegó, nos indican que, el rol de la mujer ha tenido un impacto positivo en el periodismo deportivo de los canales de señal abierta, porque la imagen de la mujer ha sido valorada en su entorno y ha mantenido su educación y valores. En la actualidad, los comentarios u opiniones de las mujeres en el periodismo deportivo han cobrado mayor importancia, esto se evidencia en que ya ocupan diferentes cargos como; comentaristas, productoras, directoras, editoras, narradoras, que realizan voz comercial, reporteras, etc. la mujer ha ido incursionando el desenvolvimiento en otras áreas del periodismo deportivo.

Márquez, L. y Tito, M. (2022) Especialistas en periodismo deportivo en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa – Per, en su tesis titulada “*Valoración de las mujeres periodistas deportivas en los medios de comunicación y sus proyecciones profesionales a futuro*”, busca analizar la valoración de las mujeres periodistas deportivas en los medios de comunicación y determinar sus proyecciones profesionales a futuro, cuyas conclusiones son que, las mujeres periodistas deportivas en Arequipa son poco valoradas en los roles que desempeñan, esto debido a la discriminación, falta de incentivos laborales e informalidad en medios de comunicación en la cual laboran, sin embargo, las mujeres periodistas cuentan con el respaldo de la audiencia hinchas del FBC Melgar, esto es muestra de la gran aceptación y altas expectativas de la presencia femenina en programas deportivos en los distintos medios de comunicación; en cuanto a las proyecciones profesionales de las periodistas a futuro se identificó la necesidad de adquirir cualidades competitivas para desempeñarse de la mejor manera en el mundo del deporte, en tal sentido se esperan tener mayores oportunidades en su formación profesional, para garantizar una mayor participación en el mundo deportivo y reducir las brechas de género que existe en la actualidad.

Andia, L. (2021) Especialista en comunicación deportiva en la Universidad Privada del Norte – Lima, en su tesis titulada “*La percepción del público respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo en los programas radiales. Caso: Exitosa deportes*”, pretende establecer qué tipo de percepción predomina con respecto al rol de la mujer en el programa deportivo Exitosa Deportes. Asimismo, busca conocer la percepción del público sobre los comentarios y discursos de la mujer en los programas deportivos y el desenvolvimiento en las tertulias generadas por todos los periodistas deportivos de un programa en específico.

A las conclusiones que arriba es que el público que escucha los diferentes programas deportivos en distintos medios tiene una percepción subjetiva y sesgada sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo debido a que solo toman en cuenta los estereotipados como, la belleza de la mujer que está condicionada por factores socioculturales y a su vez, que derivan en conductas machistas y no así, las acciones y funciones que ejerce una periodista en el ámbito laboral. En consecuencia, el público oyente del programa exitosa deportes percibe una imagen inferior de la mujer periodista con respecto al varón y no se valora su desenvolvimiento profesional en los medios.

Asimismo, indican que hubo un incremento de presencia femenina en los programas de periodismo deportivo en la producción y emisión de contenidos deportivos, pero que lamentablemente no es suficiente, ya que se ven opacadas al continuar siendo sometidas a los estereotipos socioculturales que las relegan a un papel secundario, simplemente son consideradas como atracción visual y como estrategia que refuerza una conducta machista al ser de los hombres que son el público objetivo del programa. Esto influenciado por conductas peyorativas por parte del público machista y, en ocasiones por los mismo periodistas deportivos varones con la finalidad de poder dar un realce distinto al programa.

2.3.3. Antecedentes locales

Hincho, M. Muriel, M. (2023) Especialistas en periodismo deportivo en la Universidad Nacional de San Antonio Abad, en su tesis titulada *“La presencia femenina en programas deportivos radiales en la ciudad del Cusco 2023”*, buscaron analizar la presencia femenina en los programas deportivos radiales en la ciudad del Cusco, describir el nivel de la presencia femenina en los programas deportivos radiofónicos de la ciudad del Cusco y a su vez, identificar los programas deportivos con presencia femenina en la ciudad del Cusco. La metodología que utilizaron es el estudio

exploratorio de nivel descriptivo, el instrumento utilizado fue el cuestionario de encuestas, los resultados fueron procesados a través de la tabla de frecuencia y porcentaje.

El estudio concluye que; la presencia femenina en programas deportivos radiales en el Cusco, refleja un desafío persistente y mediático en cuanto a la inclusión y la representatividad de género y es un paso positivo hacia la inserción y la diversidad en los programas deportivos. A lo largo del trabajo de investigación, se observó una baja presencia de mujeres en roles de presentadoras, comentaristas y analistas en comparación con sus contrapartes masculinos. La falta de presencia femenina en la mayoría de los programas deportivos radiales limita la diversidad de voces y perspectivas en la narrativa deportiva, lo que afecta la calidad y la objetividad de la cobertura deportiva. Además, indican que, la escasa presencia de mujeres en programas deportivos radiales en la ciudad del Cusco, contribuye a reforzar estereotipos de género y a perpetuar la idea de que el deporte es un ámbito dominado por varones y finalmente, la mayoría de los programas deportivos radiales no cuentan con presencia de mujeres para que ejerzan el periodismo deportivo radiofónico, concluyendo que no ayudan en crear un ambiente más equitativo y diverso en los programas deportivos radiales en la ciudad del Cusco.

Gómez, E. (2019) Especialista en comunicación deportiva en la Universidad Andina del Cusco, en su tesis titulada “*Ansiedad estado competitivo en deportistas de la liga distrital de fútbol de Cusco*”, busca identificar los niveles de la ansiedad en el estado competitivo de los deportistas, a su vez pretende reconocer los niveles de la ansiedad cognitiva y los niveles de la autoconfianza, asimismo describe, la comparación de los niveles de la ansiedad y estado competitivo en los deportistas.

El autor llegó a las siguientes conclusiones; que la ansiedad afecta los pensamientos del deportista dentro del desarrollo de la competencia deportiva y la ansiedad cognitiva interfiere en el desempeño colectivo, esto genera pensamientos negativos frente a los resultados negativos obtenidos. Asimismo, se genera la incapacidad de concentrarse y en consecuencia se deteriora el desempeño colectivo de los deportistas para lo cual es necesario una intervención que permita reducir y manejar la ansiedad por parte del área encargada.

Cuando la autoconfianza de los deportistas se encuentra en los niveles altos, permite manejar mejor la ansiedad que puedan tener los jugadores en las competencias, esto según el estudio, es un factor importante para tener un mejor desempeño la cual se debe seguir trabajando por medio de charlas motivacionales por el director técnico o por un especialista en charlas motivacionales, también es importante dotar de herramientas motivacionales que permitan manejar la ansiedad dentro del estado competitivo (Gómez Concha, 2019).

Asimismo, da a conocer que, el nivel de ansiedad y estado competitivo genera un bajo desempeño deportivo por un estado de aprensión y tensión, ante ello se suma un bajo nivel de autoconfianza por parte de los deportistas que disminuyen su nivel de rendimiento ya que el fútbol es un deporte colectivo. Cuando un deportista tiene un mal desempeño en su posición de juego afecta a todo el equipo y también en el resultado que se pueda obtener cuando termine la competencia.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

La percepción de los hinchas del fútbol profesional cusqueño es positiva con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales Cusco - 2024.

3.1.2. Hipótesis Específicas

H.E.1: Los factores determinantes en la valoración son la credibilidad y la responsabilidad en el ejercicio del periodismo deportivo por parte de las mujeres Cusco - 2024.

H.E.2: El ejercicio periodístico basado en el profesionalismo mejorarán la valoración de los hinchas con relación a la labor de las mujeres periodistas en Cusco - 2024.

3.2. Identificación de variables e indicadores

Variable independiente

Percepción de los hinchas

Variable dependiente

Ejercicio del periodismo deportivo por parte de las mujeres

Indicadores

- Nivel de información
- Calidad de la información
- Desenvolvimiento
- Manejo de herramientas de información
- Carismática
- Buena locución
- Calidad de difusión
- Cualidades competitivas

3.3. Operacionalización de variables

Tabla Nro. 1: Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
VI: Percepción de los hinchas	Factores determinantes de valoración	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de información - Desarrollo - Calidad de la información - Cualidades competitivas
	Acciones a desarrollarse	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de herramientas de información - Calidad en la difusión - Buena locución
VD: Ejercicio del periodismo deportivo por parte de las mujeres	Tipos de medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Radio - Prensa escrita - Televisión - Medios digitales
	Roles en los medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Comentarista - Narradora - Reportera - Conductora

Fuente: Mamani, V.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Ámbito de estudio: localización política y geográfica

El estudio se ha realizado en la provincia del Cusco con ubicación territorial en la zona sur – oriental del territorio nacional limitando con los departamentos de Junín y Ucayali por el norte, Madre de Dios y Puno por el este, Arequipa por el sur - oeste y Ayacucho y Apurímac por el oeste.

4.1.1. Delimitación temporal

La presente investigación describirá los datos en el año 2024

4.1.2. Delimitación espacial

La investigación se realizará en la provincia de Cusco, ya que se cuenta con tres equipos profesionales que participan en Liga 1 e incluso en torneos internacionales.

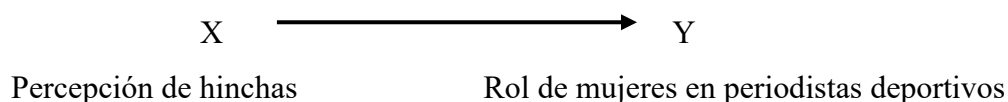
4.1.3. Limitaciones de la investigación

Una de las limitaciones principales para la ejecución de este estudio es la escasez de fuentes bibliográficas y documentales específicas sobre la relación entre la percepción de los hinchas y el ejercicio de las mujeres periodistas en la provincia de Cusco. Así mismo puede haber dificultades para acceder a informantes claves, como dirigentes, periodistas, representantes de hinchas y/o restricciones de los clubes. Para ello, se recurrirá a técnicas de recolección de datos primarios, ya sea por encuestas y entrevistas semiestructuradas que permitan darnos información original y con contexto real en la provincia de Cusco.

4.2. Tipo y nivel de investigación

Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo correlacional, porque se tiene que verificar el grado de influencia entre las dos variables, como se describe en lo siguiente:



Se buscará medir el grado de influencia entre la variable independiente que es la valoración de hinchas y la variable dependiente que es el rol de mujer en el periodismo deportivo.

Alcance de la investigación

La presente investigación es descriptivo-correlacional, a partir de este tipo de estudio se describirá las características de la percepción de los hinchas y del rol de las mujeres periodistas deportivas en la provincia de Cusco; y, por otro lado, nos permite analizar, conocer, determinar y medir la información sobre ambas variables: valoración de hinchas con respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo en la provincia de Cusco.

Se explica que los estudios con alcance descriptivo permiten medir de manera independiente cada variable, mientras que los correlacionales miden el grado de asociación entre ellas. En este caso se combinan las dos (Sampieri & Baptista, 2014).

Enfoque de investigación

La investigación tiene un enfoque mixto porque será cualitativa y cuantitativa a la vez, con referencia al primero se analizó la valoración de los hinchas a través de

encuestas; para lo cual se utilizó la estadística para poder describir el grado de influencia que tiene la variable independiente frente a la variable dependiente.

Los métodos cuantitativos se centran en la medición de variables y la recopilación de datos numéricos, mientras que los métodos cualitativos se centran en la comprensión en profundidad de las experiencias y perspectivas de los participantes (Medina & Hurtado , 2023).

En función a las técnicas e instrumentos de recolección de datos de la investigación cuantitativa son:

- Encuestas
- Observación
- Estudios experimentales
- Correlacional

Asimismo, las técnicas e instrumentos utilizados para la investigación cualitativa son muestras pequeñas a fin de poder lograr una comprensión más profunda del problema a investigar:

- Entrevistas individuales
- Foros o paneles
- Focus group
- Estudio de caso
- Análisis de texto

4.3. Población de estudio

La población de la presente investigación está constituida por los clubes cusqueños de la Liga 1, Cienciano, Deportivo Garcilaso y Cusco FC. La población total de estudio se obtuvo de las páginas oficiales de Facebook de cada club.

Club Cienciano: 398000 hinchas

Cusco Futbol Club: 209000 hinchas

Club Deportivo Garcilaso: 44000 hinchas

4.4. Tamaño de muestra

El tamaño de la muestra de la población de estudio de los tres clubes cusqueños se estableció en 384 hinchas al azar. La selección de los hinchas se realizó por conveniencia, quiere decir que se realizó la encuesta a los hinchas que estaban disponibles y que eran accesibles en los puntos de recolección de datos, como el estadio inca Garcilaso de la Vega, plaza San Francisco y la plaza Tupac Amaru.

4.5. Técnica de selección de muestra

Para el presente estudio se utilizó la fórmula de Fisher Navarro, para conocer la muestra de la investigación, puesto que se ha trabajado con una población finita. Esta fórmula es utilizada universalmente en investigaciones sociales y de mercado cuando se busca el equilibrio entre la posibilidad operativa y la representatividad estadística.

DATOS:

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Probabilidad de éxito (0.5)

(1-P) = Probabilidad de fracaso (0.5)

N= Universo o Población (651000 hinchas)

E= Error muestra (0.05)

n= Tamaño de muestra

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$= \frac{651000(1.96*1.96)*0.5*0.5}{((0.05*0.05)*(651000-1)+(1.96*1.96)*0.5*0.5)}$$

$$= 625220,4 / 1628,4579$$

$$= 383,934027$$

$$= 384$$

La muestra para la presente investigación es de 384 hinchas los que fueron seleccionados de forma aleatoria por conveniencia.

4.6. Técnica de recolección de información

En la presente investigación se utilizó las siguientes técnicas:

- Encuestas
- Observación estructurada

Técnicas de análisis e interpretación de la información

Para la codificación, tabulación y construcción de tablas estadísticas de los datos provenientes de las encuestas, se utilizó del Paquete estadístico SPSS.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Procesamiento, análisis e interpretación de resultados

La mayor parte de las encuestas cuyos resultados se presentan a continuación, fueron realizadas al interior del estadio Garcilaso antes del partido disputado entre los equipos de Cienciano, Deportivo Garcilaso y Cusco FC, el 22 de febrero del año 2024, mientras que otro porcentaje de preguntas se formuló en los quioscos de venta de diarios y revistas, dentro y fuera del estadio Inca Garcilaso de la Vega, así como en las plazas de San Francisco y Tupac Amaru, lugares en los que se concentran las personas que son hinchas de los quipos de fútbol.

La razón por la que se eligió esos lugares como fuente de acopio de la percepción de los hinchas del fútbol con respecto al ejercicio de mujeres en programas deportivos de las estaciones radiales del Cusco, se fundamenta en que, para la presente investigación, era preciso identificar a las personas que son conocedoras del fútbol y también son radios oyentes de los programas deportivos.

Una selección al azar hubiera significado descartar muchas encuestas, debido a que no todas las personas son hinchas o aficionados del fútbol y en consecuencia desconocen la labor de las mujeres en el periodismo deportivo.

En aplicación de la fórmula establecida para investigaciones académicas, se estableció la muestra de 384 personas, autodefinidas como hinchas de los tres equipos cusqueños que compiten en la Liga 1 del fútbol profesional peruano.

Presentamos a continuación las respuestas a las preguntas formuladas en el cuestionario propuesto en el proyecto de investigación y aplicadas en la tesis.

5.1.1. Descripción de la muestra

Tabla1

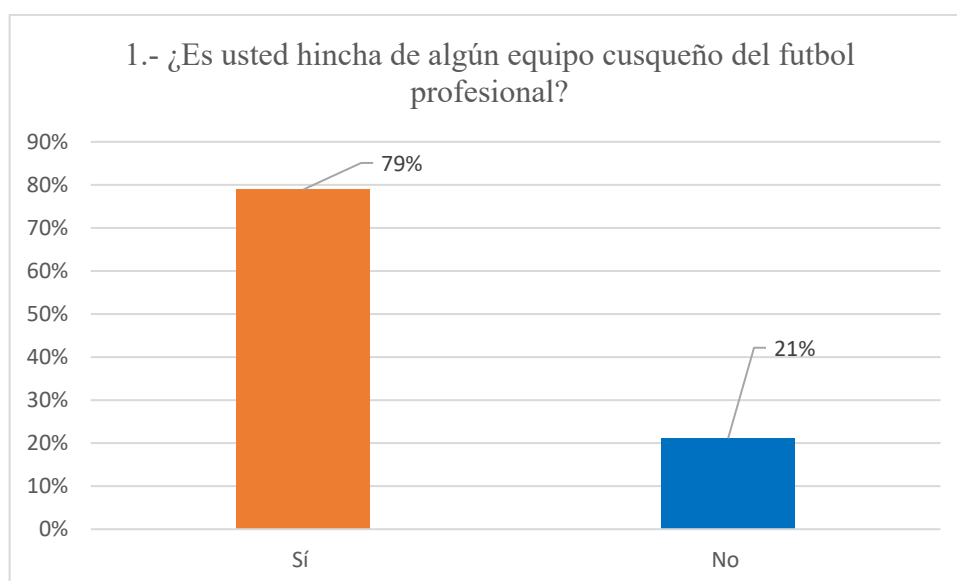
Hincha de algún equipo cusqueño

1.- ¿Es usted hincha de algún equipo cusqueño del futbol profesional?		
Si	303	79 %
No	81	21%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figural

Hincha de algún equipo cusqueño



Fuente: Mamani, V.

Interpretación.- Aunque hay cierto nivel de confusión entre los encuestados con respecto a los términos “hincha” y “aficionado”, (los primeros asumen su condición con más fuerza y los segundos actúan en un espacio más amplio según el Diccionario de la RAE), un porcentaje mayoritario se declara hincha de alguno de

los equipos que representan al Cusco en el Campeonato Descentralizado del fútbol peruano, más conocido como Liga 1, y es que en varios casos se han proclamado seguidores de un elenco incluso cuando disputan sus encuentros en otras ciudades fuera del Cusco.

Tabla2

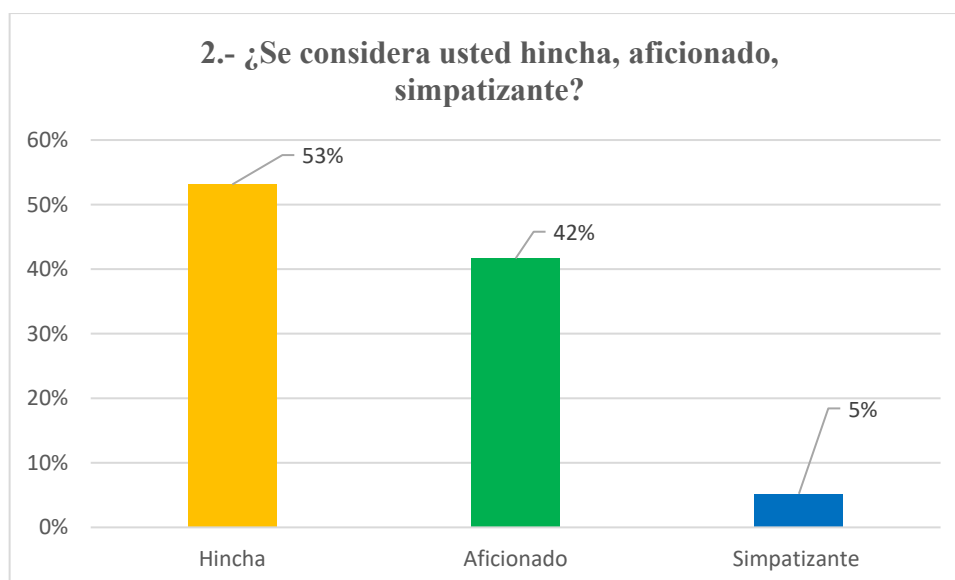
Usted es hincha, aficionado, simpatizante

2.- ¿Se considera usted hincha, aficionado, simpatizante?		
Hincha	204	53 %
Aficionado	160	42%
Simpatizante	20	5%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura2

Usted es hincha, aficionado, simpatizante



Fuente: Mamani, V.

Interpretación. - En la misma dirección de las respuestas a la pregunta anterior, las personas consultadas para esta investigación académica se declaran hinchas de

algún equipo, es decir, que viven intensamente su condición de tal, añadiendo que incluso acuden al estadio con la camiseta del equipo de su preferencia, y ellos son los más jóvenes, mientras que personas de mayor edad se declaran solamente aficionados, es decir que acuden a los estadios, pero no siguen a sus equipos.

Tabla3

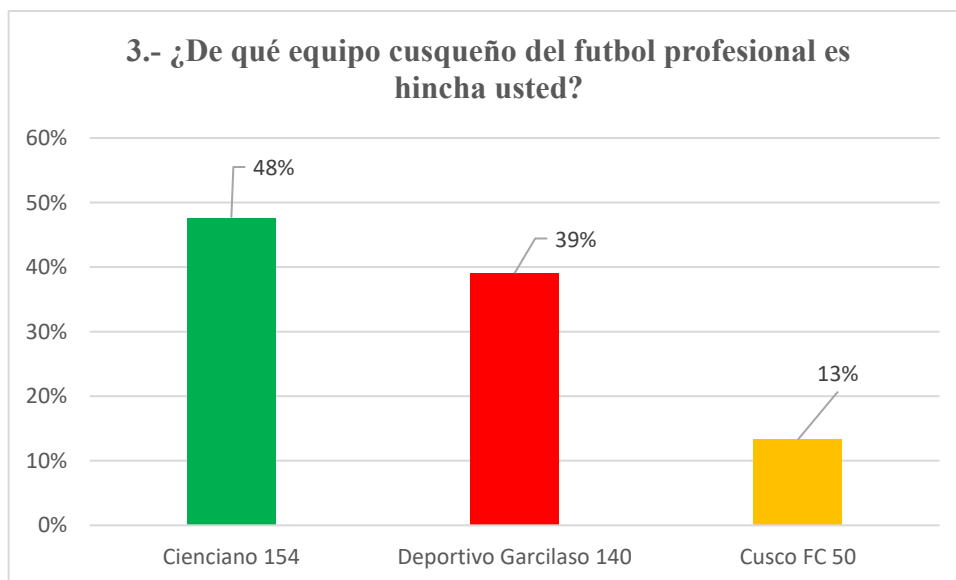
Hincha de que equipo cusqueño es usted

3.- ¿De qué equipo cusqueño del futbol profesional es hincha usted?		
Cienciano	183	48 %
Deportivo Garcilaso	150	39%
Cusco FC	51	13%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura3

Hincha de que equipo es usted



Fuente: Mamani, V.

Interpretación. - Esta pregunta fue formulada con el propósito de conocer la identificación de los hinchas con el equipo de su preferencia, habiéndose ratificado

la percepción ya expresada en temas como asistencia al estadio, taquilla recaudada, etc., y es que el equipo que cuenta con mayor número de hinchas es Cienciano, seguido de cerca por el Deportivo Garcilaso. En estos casos, la pertenencia de ambas escuadras a instituciones educativas, el Colegio Ciencias en el primer caso y la I.E Inca Garcilaso de la Vega en el segundo, los colocan por encima del otro equipo, el Cusco Fútbol Club, que aún no cuenta con una hinchada mayoritaria, pero que está en camino a la construcción de su historia y sus hinchas. .

Tabla4

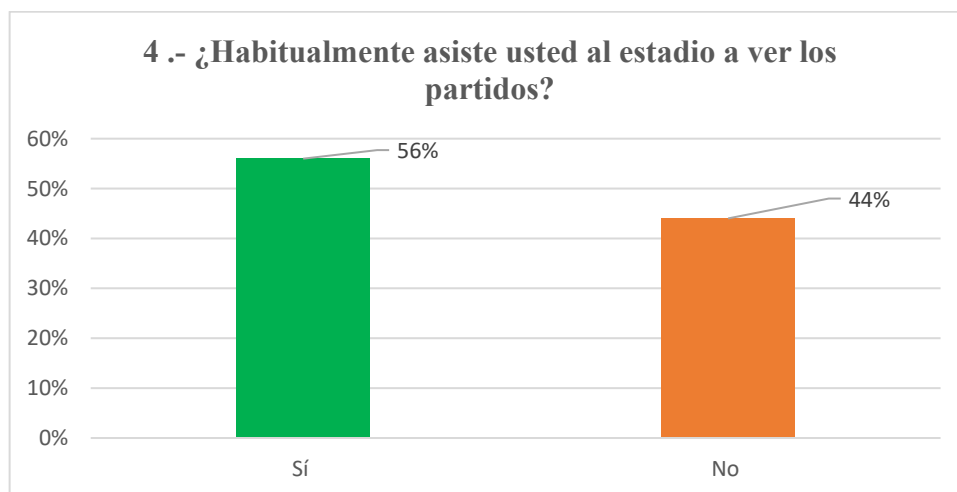
Usted habitualmente asiste al estadio

4.- ¿Habitualmente asiste usted al estadio a ver los partidos?		
Si	215	56 %
No	169	44%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura4

Usted asiste habitualmente al estadio



Fuente: Mamani, V.

Interpretación.- Por cuanto las encuestas fueron realizadas tanto en el interior del estadio Garcilaso como en las plazas San Francisco y Tupac Amaru, donde

habitualmente se reúnen los hinchas y aficionados del fútbol, las respuestas alcanzaron elevado porcentaje para definir una asistencia mayoritaria al estadio, aunque también es elevado el número de hinchas y aficionados que tienen simpatía por alguno de los equipos pero que no asisten al estadio, tal vez porque en el escenario deportivo se registran actos de violencia, especialmente cuando llegan los barristas de los equipos limeños.

Tabla5

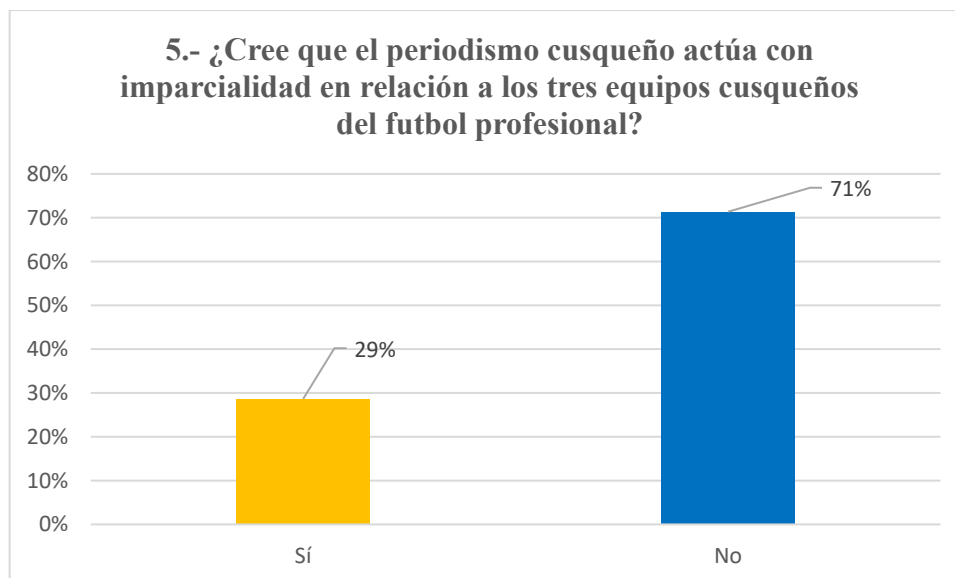
El periodismo cusqueño actúa con imparcialidad con los tres equipos

5.- ¿Cree que el periodismo cusqueño actúa con imparcialidad en relación a los tres equipos cusqueños del futbol profesional?		
Si	110	29 %
No	274	71%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura5

El periodismo cusqueño actúa con imparcialidad con los tres equipos



Fuente: Mamani, V.

Interpretación.- Planteada la interrogante en términos generales, a fin de conocer la imagen que proyectan los periodistas deportivos entre la hinchada y la afición cusqueñas, los resultados fueron preocupantes, por cuanto es mayor el número de encuestados que considera a que no existe imparcialidad en los hombres de prensa que cubren actividades deportivas, principalmente el fútbol, pues se hace evidente que los periodistas deportivos tienen sus preferencias por alguno de los equipos y llegan inclusive a desmerecer a los otros elencos, lo cual debe llamar la atención porque el periodismo debe ser equilibrado y en la medida de los posible imparcial.

Tabla6

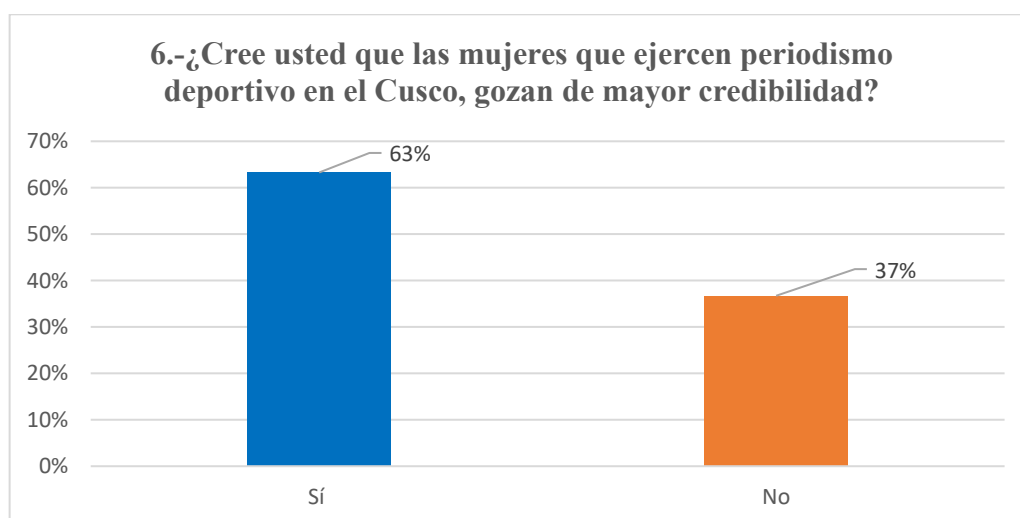
Las mujeres que ejercen el periodismo deportivo gozan de credibilidad

6.-¿Cree usted que las mujeres que ejercen periodismo deportivo en el Cusco, gozan de mayor credibilidad?		
Si	243	63 %
No	141	37%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura6

Las mujeres que ejercen el periodismo deportivo gozan de credibilidad



Fuente: Mamani, V.

Interpretación. - Contrariamente a las respuestas otorgadas a la pregunta anterior, es mayor el número de encuestados que estima que son las mujeres periodistas del ámbito deportivo las que gozan de mayor credibilidad entre los hinchas y los aficionados, debido a que su labor es centrada y responsable, además de utilizar un lenguaje promedio que no cae en los extremos de la diatriba sin censura o la alabanza sin medida. Puestos en la balanza de los hinchas y aficionados, las mujeres obran con mayor sentido de responsabilidad en su trabajo, lo que les otorga mayor credibilidad con respecto a sus colegas varones.

Tabla7

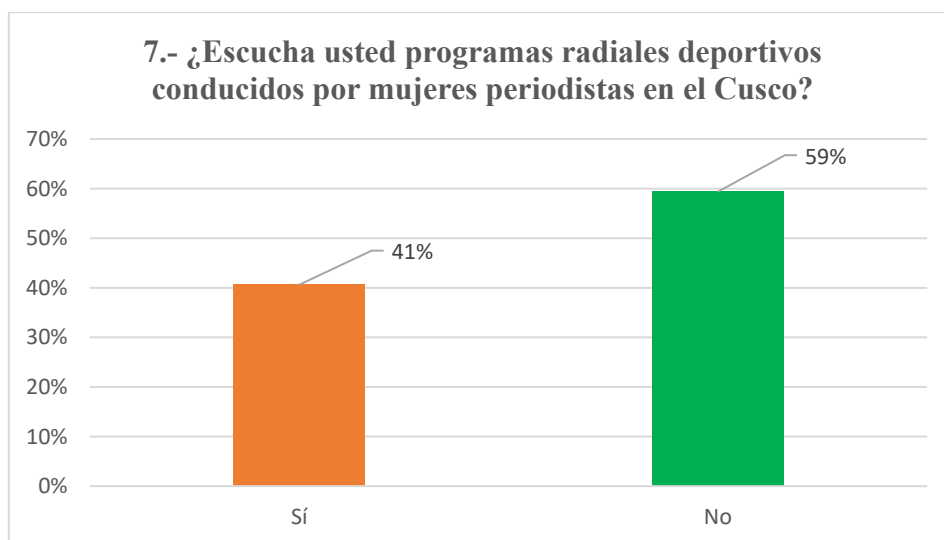
Escucha programas radiales deportivos conducidos por mujeres

7.- ¿Escucha usted programas radiales deportivos conducidos por mujeres periodistas en el Cusco?		
Si	156	41 %
No	228	59%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura7

Escucha programas radiales deportivos conducidos por mujeres



Fuente: Mamani, V.

Interpretación.- No obstante haberse observado que hay presencia cada vez más numerosa en los programas deportivos tanto de la radio como de la televisión y en las páginas especializadas en deporte de los medios escritos, aún las mujeres no han alcanzado el nivel de los periodistas varones en cuanto a la sintonía, pues si bien es cierto que en algunos programas de radios locales se ha incorporado a mujeres en el plantel de prensa, todavía las mujeres no conducen espacios, a excepción de dos ellas, Julia Lindo y Milagros Hincho, quienes dirigen programas deportivos en emisoras locales.

Tabla8

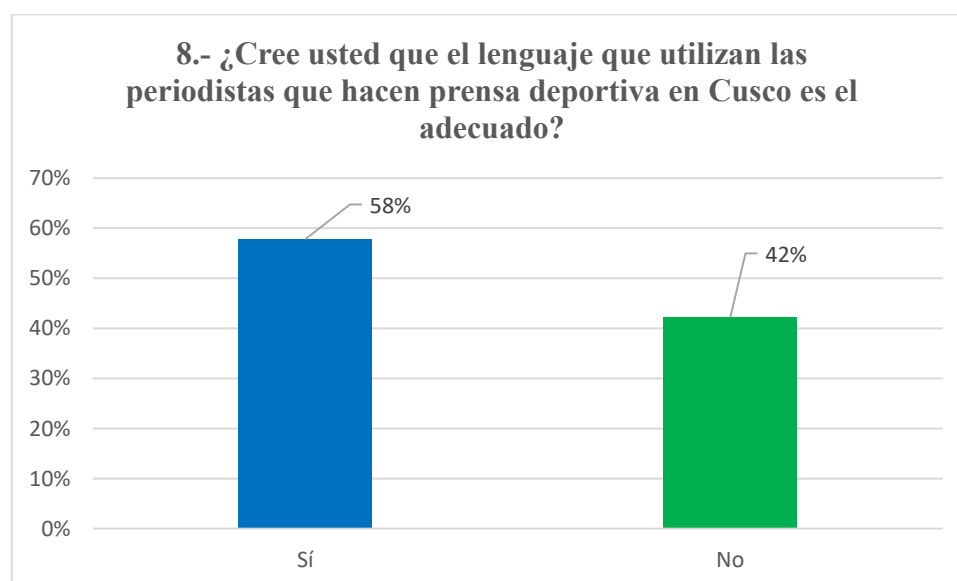
El lenguaje que usan los periodistas deportivos es la adecuada

8.- ¿Cree usted que el lenguaje que utilizan las periodistas que hacen prensa deportiva en Cusco es el adecuado?		
Si	222	58 %
No	162	42%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura8

El lenguaje que usan las periodistas deportivas es la adecuada



Fuente: Mamani, V.

Interpretación. - Ratificando respuestas a preguntas anteriores, hay una mejor percepción del trabajo que realizan las periodistas en relación a sus colegas varones en el ámbito deportivo, pues especialmente en el manejo del idioma, las mujeres periodistas son más escrupulosas y evitan el uso de términos de mal gusto, a diferencia de los varones que, en muchos casos, recurren a términos de grueso calibre para tratar de descalificar a los que no gozan de sus simpatías. Un encuestado narró el caso del periodista limeño Gonzalo Núñez, que en el programa de una emisora limeña utiliza palabras que no se pueden reproducir porque son ofensivas para la audiencia.

Tabla9

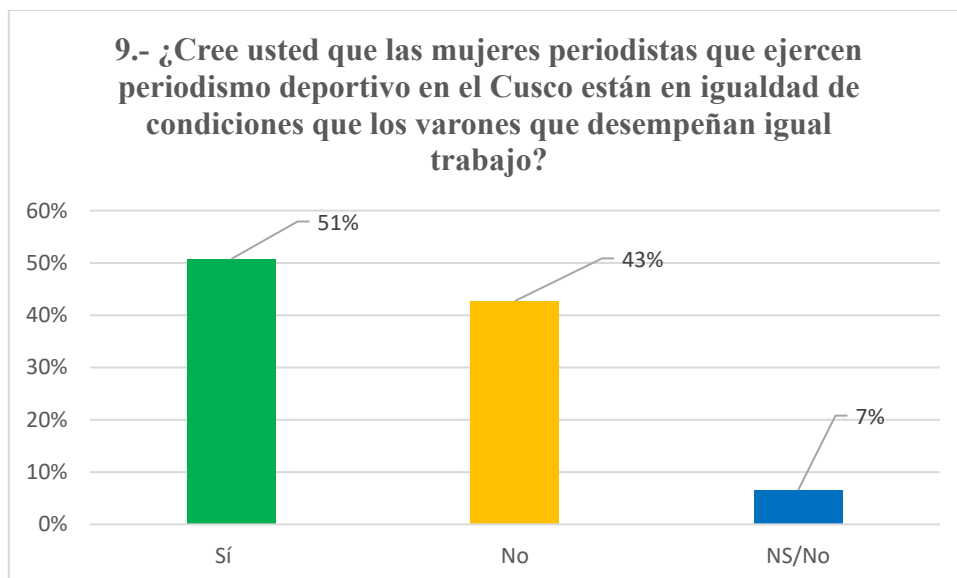
Las mujeres periodistas ejercen el periodismo deportivo en igualdad de condiciones que los varones

9.- ¿Cree usted que las mujeres periodistas que ejercen periodismo deportivo en el Cusco están en igualdad de condiciones que los varones que desempeñan igual trabajo?		
Si	195	51 %
No	164	43%
Ns/No	25	7%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura9

Las mujeres periodistas ejercen el periodismo en igualdad de condiciones que los varones



Fuente: Mamani, V.

Interpretación.- Existe casi igualdad en los porcentajes extraídos de las respuestas a esta pregunta, ya que los encuestados perciben que tanto varones como mujeres tienen las mismas posibilidades de acceso a las fuentes informativas en el periodismo deportivo, así como gozan de las mismas facilidades para cubrir las actividades deportivas como el ingreso a los estadios y coliseos y la pertenencia a las instituciones que los agrupan, en este caso, el Círculo de Periodistas Deportivos del Cusco, aunque se ha constatado que también las mujeres se están afiliando a esta institución.

Tabla10

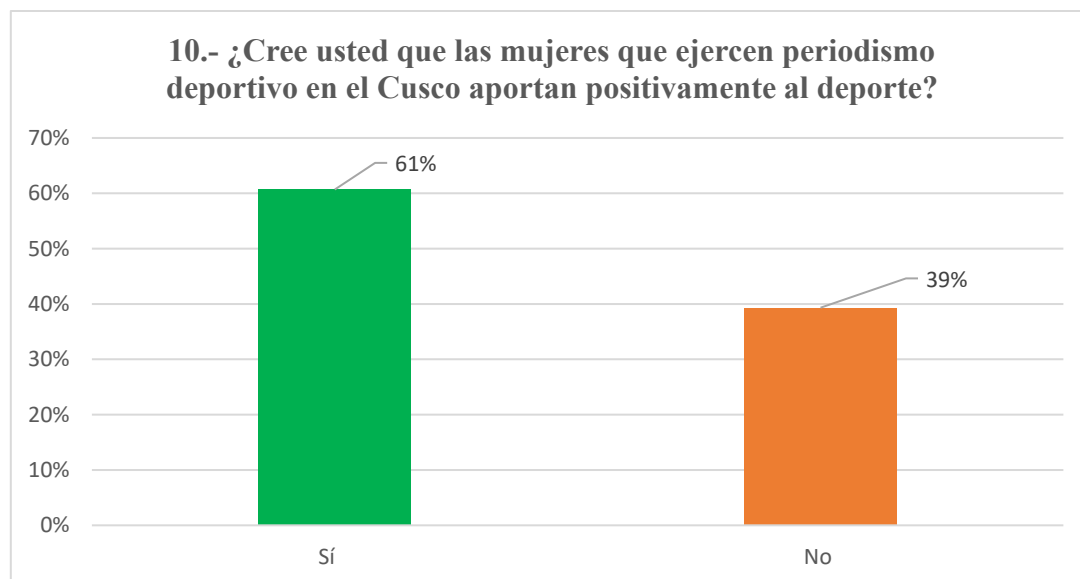
Las mujeres periodistas que ejercen el periodismo deportivo aportan positivamente al deporte

10.- ¿Cree usted que las mujeres que ejercen periodismo deportivo en el Cusco aportan positivamente al deporte?		
Si	233	61 %
No	151	39%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura10

Las mujeres periodistas que ejercen el periodismo deportivo aportan positivamente al deporte



Fuente: Mamani, V.

Interpretación.- El aporte de las mujeres periodistas al ámbito deportivo es resaltado por los encuestados, quienes mayoritariamente señalan que la presencia de ellas representa la posibilidad de nuevos estilos y nuevas maneras de transmitir los contenidos referidos a las disciplinas deportivas, explorando nuevas perspectivas y sobre todo, tratando de separar la actividad deportiva de los espectáculos, tal como sucede con los periodistas varones, quienes, según señaló un encuestado, mezclan la vida privada con la actuación deportiva, como aconteció con el jugador de Cienciano, Christian Cueva.

Tabla11

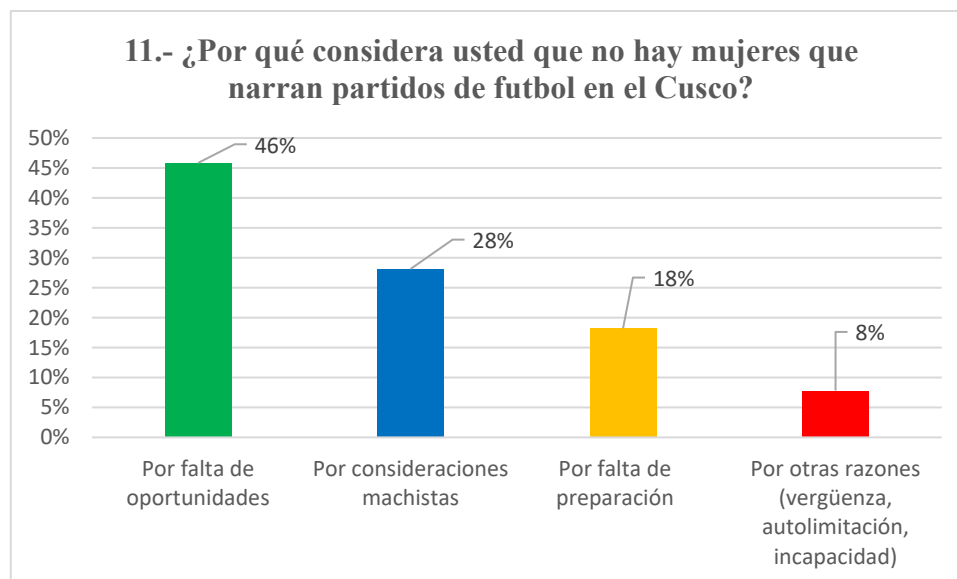
Considera que no hay mujeres que narran los partidos de futbol.

11.- ¿Por qué considera usted que no hay mujeres que narran partidos de futbol en el Cusco?		
Por falta de oportunidades	176	46 %
Por consideraciones machistas	108	28%
Por falta de preparación	70	18%
Por otras razones (vergüenza, autolimitación, incapacidad)	30	8%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura 11

Considera que no hay mujeres que narran los partidos de futbol



Fuente: Mamani, V.

Interpretación.- Si bien es cierto que hay voces femeninas en los comentarios y en la información de las prácticas deportivas, aún no existe en el Cusco ninguna mujer que narre los partidos de fútbol, a diferencia de lo que sucede en emisoras limeñas, hecho que es atribuido por los encuestados principalmente en la razón de la falta de oportunidades, es decir, que los propietarios de los medios y los concesionarios de espacios, no otorgan a las mujeres periodistas la responsabilidad de narrar partidos, aunque se señala también que no tienen preparación previa para asumir ese rol. Llamó la atención que diez encuestados aseveren que las mujeres no narran partidos de fútbol porque “sienten vergüenza”

Tabla12

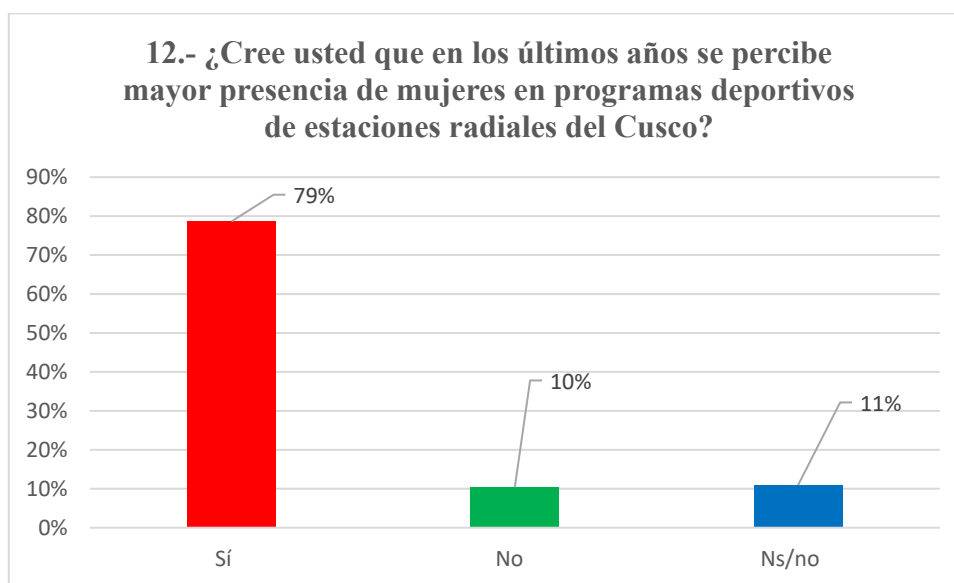
En los últimos años se percibe mayor presencia de mujeres en programas deportivos

12.- ¿Cree usted que en los últimos años se percibe mayor presencia de mujeres en programas deportivos de estaciones radiales del Cusco?		
Si	302	79 %
No	40	10%
Ns/No	42	11%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura12

En los últimos años se percibe mayor presencia de mujeres en programas deportivos



Fuente: Mamani, V.

Interpretación. - El panorama del periodismo deportivo en Cusco está cambiando de manera muy notoria en los últimos años, y ello está reflejado en la apreciación de los hinchas y los aficionados al fútbol, quienes aseveran que se están rompiendo algunos esquemas como los que consideran que el periodismo deportivo es un terreno exclusivo de los varones. Hoy, ya no existen líneas divisorias para el ejercicio periodístico entre varones y mujeres.

Tabla13

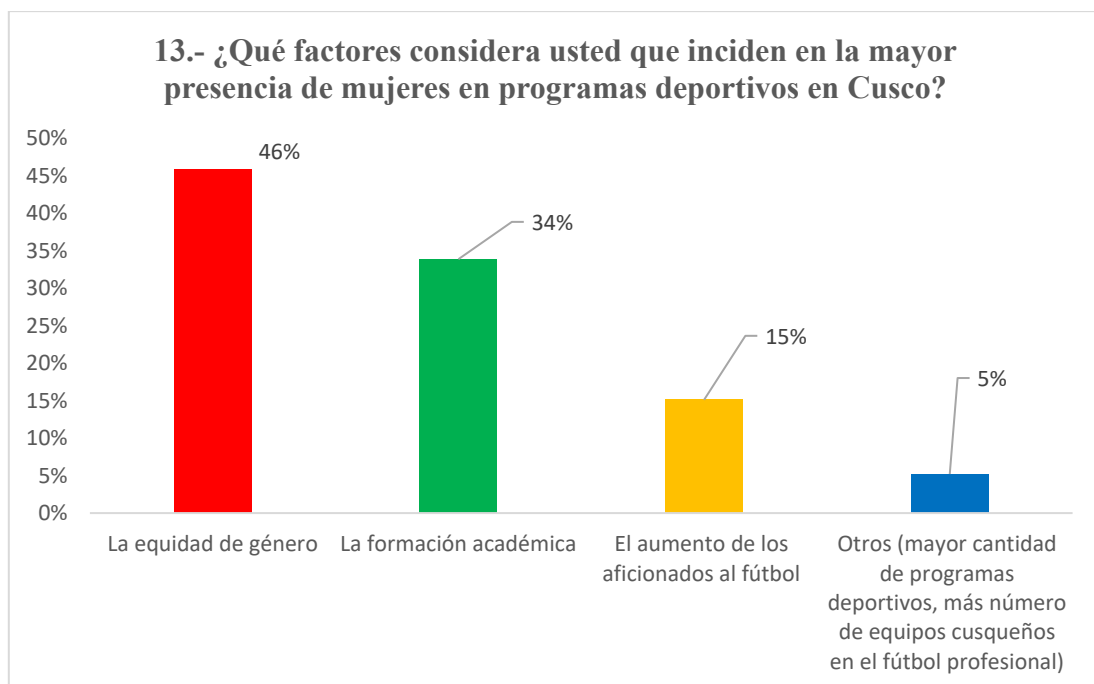
Factores que inciden en la mayor presencia de mujeres en programas deportivos

13.- ¿Qué factores considera usted que inciden en la mayor presencia de mujeres en programas deportivos en Cusco?		
La equidad de género	176	46 %
La formación académica	108	34%
El aumento de los aficionados al fútbol	70	15%
Otros (mayor cantidad de programas deportivos, mayor número de equipos cusqueños en el fútbol profesional)	30	5%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura13

Factores que inciden en la mayor presencia de mujeres en programas deportivos



Fuente: Mamani, V.

Interpretación. - El empoderamiento de las mujeres y el fortalecimiento de los enfoques de equidad de género, son los factores que favorecen la percepción de los hinchas con respecto al desempeño de mujeres que ejercen el periodismo deportivo,

identificándose también la formación académica brindada en las aulas universitarias, como un elemento que incentiva la participación de las mujeres dentro del periodismo deportivo. El hecho que el Cusco cuente con tres equipos de fútbol en la Liga 1 y que además el equipo femenino de fútbol de la UNSAAC se encuentre participando en un campeonato nacional, incentiva a las mujeres periodistas a incursionar en la prensa deportiva.

Tabla14

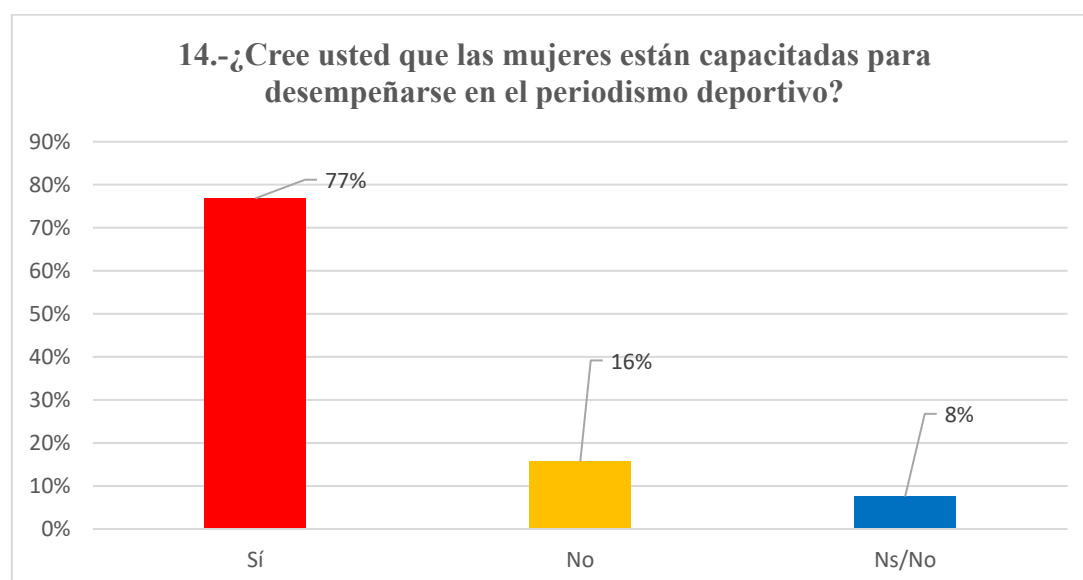
Las mujeres están capacitadas para desempeñarse en el periodismo deportivo

14.- ¿Cree usted que las mujeres están capacitadas para desempeñarse en el periodismo deportivo?		
Si	295	79 %
No	60	10%
Ns/No	29	11%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura14

Las mujeres están capacitadas para desempeñarse en el periodismo deportivo



Fuente: Mamani, V.

Interpretación. - La respuesta es contundente a esta pregunta, pues las mujeres que actualmente se desempeñan en el periodismo deportivo, han demostrado capacidad y

competencia, tal como lo advierten los encuestados, quienes consideran al periodismo deportivo ejercido por las mujeres no solamente es una muestra de audacia y de carácter, sino como una expresión de la responsabilidad y de la integridad en el ejercicio de la profesión del periodista.

Tabla15

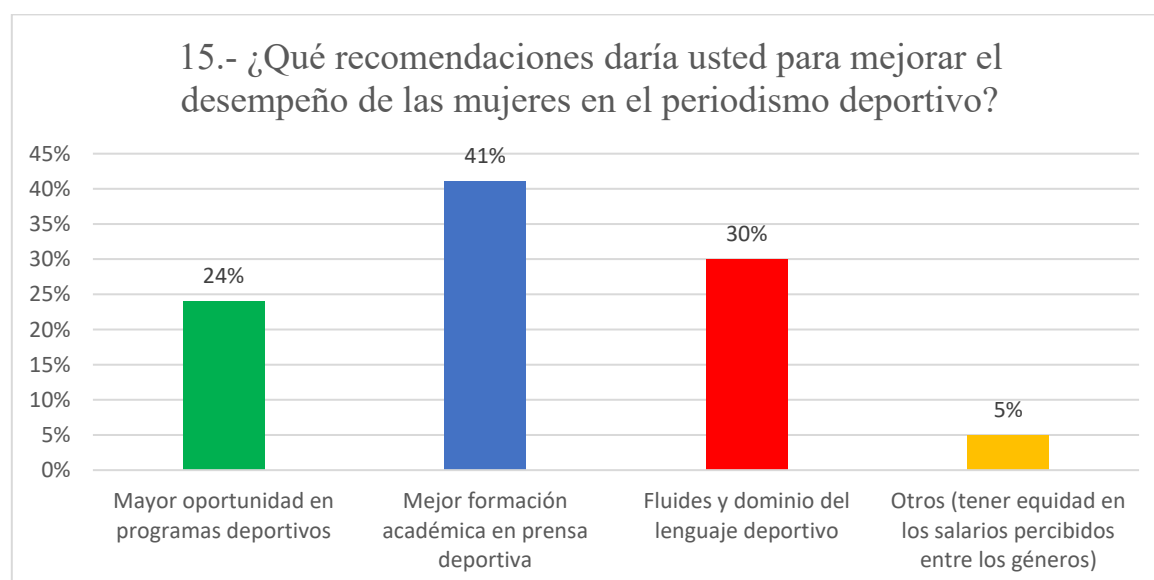
Recomendaciones para mejorar el desempeño de las mujeres en el periodismo deportivo

15.- ¿Qué recomendaciones daría usted para mejorar el desempeño de las mujeres en el periodismo deportivo?		
Mayor oportunidad en programas deportivos	92	24 %
Mejor formación académica en prensa deportiva	158	41%
Fluides y dominio del lenguaje deportivo	114	30%
Otros (tener equidad en los salarios percibidos entre los géneros)	20	5%
Total	384	100%

Fuente: Mamani, V.

Figura15

Recomendaciones para mejorar el desempeño de las mujeres en el periodismo deportivo



Fuente: Mamani, V.

Interpretación. - Que no cambien su forma de ejercer el periodismo deportivo y sobre todo que no traten de imitar a sus colegas varones, son las principales recomendaciones que dan los encuestados a las mujeres que trabajan en la prensa deportiva, pues tratar de emular a los periodistas varones, no solamente genera distorsión en la identidad profesional de las mujeres, sino que les resta personalidad. Adicional a ello, las personas que respondieron a las preguntas del cuestionario consideran que elevar el nivel del lenguaje y ampliar sus conocimientos en cultura general, puede ser un plus en la preferencia de los oyentes, televidentes y lectores, hacia el ejercicio del periodismo deportivo por parte de las mujeres.

5.2.Prueba de hipótesis

Para comprobar la relación existente entre la percepción de los hinchas del futbol profesional cusqueño con respecto al ejercicio de mujeres periodistas se aplicó la prueba no paramétrica de Rho de Spearman para probar la siguiente hipótesis.

Establecer las hipótesis nula y alterna.

Hipótesis nula (H0): La percepción de los hinchas del futbol profesional cusqueño es negativa con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales Cusco 2024.

Hipótesis alterna (H1): La percepción de los hinchas del futbol profesional cusqueño es positiva con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales Cusco 2024.

La decisión se toma en base al resultado de la significación, si esta supera el 0.05 se considera la hipótesis alterna, si es menor a 0.05 se considera la hipótesis nula.

Tabla16

Percepción de hinchas con respecto al ejercicio de mujeres periodista

Prueba de hipótesis general

Correlaciones			
			Ejercicio de Mujeres periodistas
Rho de Spearman	Percepción de los Hinchas	Coeficiente de Correlación	1.000
	Hinchas	Sig. (bilateral)	0.524**
		N	384

** . Es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

según los criterios de decisiones se considera lo siguiente:

- Se rechaza la H1 y se acepta la H0, cuando $p > 0.05$
- Se acepta la H1 y se rechaza la H0, cuando $p < 0.05$

Por lo tanto, el valor de $p = 0.000 < 0.05$ y se acepta la H1 y se rechaza la H0.

Entonces, La percepción de los hinchas al fútbol profesional cusqueño es positivo con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales Cusco 2024. Los resultados del análisis de evaluación, coeficiente de evaluación de Rho de Spearman muestra una evaluación positiva de 0.524, con un nivel de significación de 0.000. esta evaluación respalda la hipótesis alternativa (H1) al indicar que hay una relación estadísticamente significativa entre la percepción de los hinchas al fútbol profesional con respecto al ejercicio de las mujeres periodistas, así refutando la hipótesis nula (H0).

5.3.Discusión

El empoderamiento de las mujeres está alcanzando niveles sorprendentes en los últimos años, tanto por la decisión de ellas mismas por acceder a nuevos espacios, cuanto por el cambio de actitud de la sociedad con respecto a promover la equidad en todas

actividades del quehacer humano. Si bien es cierto que los derechos fundamentales de las mujeres fueron reconocidos todavía en el Siglo XX, es recién a partir del presente siglo cuando el componente femenino ha conseguido enorme presencia en espacios como la política, la economía, las artes, la justicia y últimamente el deporte.

Hace una década, e incluso menos, el deporte era una actividad exclusiva de los varones, tanto en su práctica como en la cobertura periodística. Recién en los últimos años, los programas deportivos en estaciones de radiales y canales televisivos principalmente de la ciudad de Lima de manera más formal porque los medios de comunicación son más grandes y tienen mayor cobertura, han incorporado en su plana de periodistas a mujeres, muchas de ellas egresadas de las facultades de Comunicación Social de universidades públicas y privadas.

Solamente para citar algunos ejemplos, en casi todos los espacios informativos de Movistar Deportes (Canal 703 en Cable Mágico), hay presencia de mujeres como comentaristas y analistas de temas deportivos. En Canal N, en el segmento de deportes, a diario está la periodista Andrea Vela, cuyo conocimiento de la materia es ponderada por propios y extraños. En el Canal del Estado, TV Perú (707 de cable mágico), está la periodista Erika Rojas, mientras que en el canal Liga 1 Max, la narración de los partidos de fútbol del campeonato descentralizado de fútbol está a cargo de Rosa María Muñoz, quien es reconocida por su prestancia en el relato de los encuentros.

Dentro de la cultura futbolística de la provincia de Cusco todavía es un desafío ya que existe una ligera persistencia con los estereotipos tradicionales. Hay actualmente un reconocimiento que crece por el profesionalismo, la capacidad analítica y la preparación académica de las periodistas deportivas, fundamentalmente en transmisiones de partidos de fútbol de los equipos profesionales o comentarios y análisis en los pocos programas deportivos que tienen alguna integrante mujer que ejerce el periodismo deportivo,

dentro del análisis de los partidos en sus programas. Los hinchas perciben que el trabajo de mujeres comunicadoras, son un aporte de diversidad narrativa, con mayor sensibilidad social y cobertura completa. Muchos programas deportivos futbolísticos.

Durante el tiempo de estudio muchos programas deportivos futbolísticos han insertado dentro de su equipo a mujeres como Alison Villacorta y Fernanda Urquiza en Exitosa Deportes, Julia Lindo Huaman en radio Metropolitana, mujeres que conducen programas deportivos radiales; al mismo tiempo, Milagros Hincho en Radio Universal y Viky Esperanza Mamani en RN la Radio; que no solo conducen programas deportivos sino que forman parte de equipos de transmisiones de los partidos de futbol, siendo comentaristas, haciendo voz comercial y en ciertas ocasiones narrando partidos.

Este panorama, invita a plantear algunos temas para la discusión en materia del ejercicio del periodismo por parte de las mujeres, que me permito plantear seguidamente:

5.3.1. Con respecto a la percepción de los hinchas

A). - Los hinchas al fútbol en la ciudad del Cusco, acostumbrados a escuchar relatos y comentarios de los partidos en las voces de periodistas varones, observan con simpatía la incursión de mujeres en este terreno, lo cual plantea un nuevo enfoque con respecto a considerar si hay disciplinas deportivas en la que solamente podrían participar los varones como profesionales de la prensa, y la respuesta es negativa, pues incluso en deportes rudos como el boxeo y las artes marciales mixtas *o todo vale*, hay mujeres que analizan los combates y conocen la trayectoria de los protagonistas, transmitiendo contenidos basados en el conocimiento y la ponderación.

Los aficionados aprecian con simpatía el creciente número de periodistas mujeres en el ámbito deportivo, lo cual contribuye a reforzar el enfoque equitativo, sepultando el concepto que hay disciplinas en las que solo pueden participar los periodistas varones.

B). - Los hinchas del fútbol en la ciudad del Cusco reconocen la capacidad de las mujeres para desempeñarse en el periodismo deportivo, planteando que el éxito de ellas radica en ser siempre “ellas mismas”, es decir, que no traten de copiar los estilos y las formas de narrar y comentar de los periodistas deportivos varones, a quienes, por otra parte, se cuestiona su escaso manejo del buen lenguaje, recurriendo a figuras repetitivas que ya agotaron sus posibilidades de cautivar a la audiencia. La participación de mujeres en espacios deportivos le proporciona un nuevo aire a esa actividad profesional y genera simpatía entre los oyentes, lectores y televidentes.

C). - Los contenidos relacionados al deporte son transmitidos básicamente con uso de la terminología propia del ámbito deportivo, lo cual no contribuye a elevar el nivel cultural de quienes escuchan o ven programas deportivos en las estaciones de radio y en los canales de televisión, así como leen espacios de la misma naturaleza en diarios escritos, por cuanto el lenguaje podría enriquecerse con el uso de figuras literarias que, sin afectar el mensaje, adornan la transmisión. Dos de los encuestados hicieron referencia al desaparecido periodista deportivo Emilio Laferranderie, “*El Vecco*”, quien utilizaba en sus comentarios, especialmente en su espacio llamado “*Oído a la música*” en Radioprogramas del Perú, figuras literarias que hacían más atractivo en lenguaje y generaba mayor audiencia.

5.3.2. Con respecto al ejercicio de las mujeres periodistas en espacios deportivos

A). - La creciente presencia de mujeres en programas deportivos de la radio y la televisión, principalmente, tanto en la ciudad de Lima como en el Cusco, es visto por los hinchas cusqueños como un saludable avance en el empoderamiento de las mujeres, ya que ellas han registrado presencia en terrenos en los que anteriormente se percibía solamente presencia masculina en los principales programas tanto locales como capitalinos. Los hinchas encuestados recordaron a reconocidos hombres de la prensa

deportiva, como Oscar Artacho, en Radio Unión y Alfonso Rospigliosi, en Ovación, de Radio el Sol y luego en Gigante Deportivo, de Panamericana Televisión, como las figuras representativas del periodismo deportivo. En décadas pasadas, no había mujeres en programas deportivos, y su incursión data de no más de diez años, cuando la televisión por cable empezó a mostrar rostros femeninos, básicamente en la presentación de los programas. Hoy, tanto en Cusco como en Lima, se evidencia la participación de mujeres en los comentarios como en la narración de partidos de fútbol. Una relatora que está alcanzando pleno éxito es Rosa María Muñoz, la primera mujer periodista que narró partidos de fútbol profesional peruano. Actualmente, ella es la principal locutora de los encuentros a través de la Liga 1 Max del Campeonato profesional del fútbol peruano.

B). - El aprendizaje del vocabulario deportivo y el conocimiento de las particularidades de los equipos de fútbol, así como de otras disciplinas deportivas, ha sido adquirido por las mujeres periodistas básicamente a través de la experiencia y de su labor “*en cancha*”, ya que recién desde hace dos años se ha considerado el Periodismo Especializado como parte de la malla curricular en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNSAAC. Los contenidos de esta asignatura abarcan las diversas disciplinas deportivas, como el fútbol, básquet, vóley, ajedrez, natación, atletismo, etc. pero con contenidos esenciales, sin abarcar en amplitud todo el conocimiento en dichas disciplinas, lo que impide que los egresados en general que optan por la prensa deportiva, adquieran conocimientos académicos suficientes en materia deportiva. Esta realidad impone la necesidad de un mayor debate con respecto a la necesidad de fortalecer el curso de Periodismo Especializado y ampliar su duración.

C). - Existen atisbos de discriminación de parte de los periodistas varones en contra de sus colegas mujeres, por cuanto consideran todavía que el fútbol es cuestión de sexo, olvidando que su práctica abarca en la actualidad al segmento femenino, pues el equipo

femenino de la UNSAAC, no hace mucho, ascendió al fútbol profesional femenino de Perú, actualmente está en el campeonato descentralizado del fútbol femenino. Pero, tal discriminación también se expresa en el comportamiento de los propios futbolistas, pues muchos de ellos consideran “poco agradable” · ser entrevistados por una periodista mujer, tal como aconteció en marzo del presente año, con el exfutbolista de Universitario de Deportes y de la selección peruana, Juan Manuel Vargas, quien confesó sentirse “incómodo” durante la entrevista concedida a la periodista Verónica Linares, para el programa “*La Linares*” en Canal N.

Las mujeres periodistas enfrentan todavía actitudes poco amables tanto de sus colegas varones como de muchos deportistas, lo que puede afectar negativamente el trabajo de las mujeres en el periodismo deportivo.

CONCLUSIONES

Primera. - Los hinchas del fútbol en la ciudad del Cusco tienen percepción positiva del ejercicio de las mujeres periodistas en los espacios deportivos de los medios de comunicación local, estimando que el empoderamiento de las mujeres en todas las actividades del quehacer cotidiano ha alcanzado también al ámbito deportivo, proporcionando nuevos enfoques y nuevas formas de narrar y de comentar los partidos de fútbol y de otras disciplinas.

Segunda. - Los hinchas cusqueños expresan convencimiento que las mujeres periodistas están plenamente capacitadas para ejercer el periodismo deportivo y que las condiciones del desempeño laboral avanzan a desterrar las actitudes machistas que hasta hace poco se expresaban en el terreno de la prensa deportiva y que impedían el avance de las mujeres en los medios de comunicación social.

Tercera. - La formación académica es considerada por los hinchas del fútbol en el Cusco como uno de los principales factores para la presencia cada vez más numerosa de mujeres en el campo del periodismo deportivo, a lo cual se suma el empoderamiento que están alcanzando las mujeres en distintas vertientes del quehacer humano, no obstante que todavía se percibe mayoritaria presencia de periodistas varones en los programas y espacios deportivos de la radio, la televisión y la prensa escrita.

RECOMENDACIONES

Primera. - Los hinchas del fútbol en el Cusco consideran que para mantener en alza la presencia de las mujeres en espacios y programas deportivos, ellas deben mantener su estilo propio y enriquecer su vocabulario, por lo que se recomienda a las mujeres de la prensa deportiva a no tratar de imitar las formas y modos de conducción de programas que tienen sus colegas varones, ya que ello les quita identidad y en consecuencia aminora su prestigio entre los oyentes, televidentes y lectores.

Segunda.- La capacitación y actualización permanentes deben ser asumidas como una necesidad por partes de las mujeres que ejercen el periodismo deportivo en el Cusco, ya que al mantenerse bien informadas, contribuyen a elevar el nivel cultural de los receptores, a quienes no solamente se debe brindar contenidos con uso exclusivo de la terminología deportiva, sino hacer esfuerzos por elevar el nivel del lenguaje, recurriendo incluso a figuras literarias para adornar los comentarios y la narración de los partidos.

Tercera.- No obstante que los hinchas cusqueños del fútbol reconocen que las mujeres periodistas están demostrado aptitud, capacidad y preparación para el ejercicio de su labor, se considera pertinente que la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNSAAC fortalezca la transmisión de contenidos en el periodismo especializado, con énfasis en el periodismo deportivo, de tal manera que al egresar las estudiantes puedan contar con insumos esenciales para el desempeño de su labor informativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Andia Carranza, L. M. (2021). *La percepción del Público con respecto al rol de la mujer en el periodismo deportivo en los programas radiales. Caso: Exitosa deportes*. Lima: Universidad Privada del Norte.
- Angulo Rincón, L., & Moreno Cano, A. (2016). Periodismo deportivo. El futbol es el rey. *Revista Luciarnaga, Universidad Autonoma de San Luis Potosí*, 10-26.
- Arias Castilla, C. A. (2006). *Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas*. Colombia: Universidad de San Buena Aventura, Bogotá.
- Canela Andrade, M. (2020). *La emergencia del periodismo femenino: Una doble estrategia de visibilización de las mujeres en el ámbito de la comunicación y deporte*. España: Universidad de Sevilla .
- Castro Lozano. (2021). *Rol de la mujer en el periodismo deportivo en canales de señal abierta*. Lima: Universidad San Martin de Lima.
- Castro Lozano, J. A. (2010). Etnografía de hinchadas en el fútbol: Una revision bibliográfica. *Universidad Nacional de Colombia*, 131-156.
- Chavez Hurtado, F. A. (2021). *Rol de la mujer en el periodismo deportivo en canales de señal abierta en Lima, 2019*. Lima: Univerddidad San Martin de Porres.
- Chavez, C., & Freira, G. (2014). *La mujer en el periodismo deportivo Radial*. Ecuador: Universidad Politécnica de Salesiana Sede Quito.
- Fumero Gutiérrez, S. J. (2016). *Periodismo deportivo. El papel secundario de la mujer periodista*. España: Universidad de la Laguna.
- Galdón López, G. (2007). *La violencia a la realidad o la violencia silenciosa. Desinformación y manipulación en los medios de comunicación*. Madrid: Universidad de San Pablo.
- García Gómez, E. (2017). *La presencia de la mujer en el periodismo deportivo*. España: Universidad Oberta de Catalunya.
- Garriga Zacal, J. (2006). *"Acá es así". Hinchadas de fútbol, violencia y territorios*. Argentina.

- Gómez Concha, E. R. (2019). *Ansiedad estado competitivo en deportistas de la liga distrital de fútbol de Cusco*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Hincho, M., & Muriel, M. D. (2024). *La presencia femenina en programas deportivos radiales en la ciudad del Cusco 2023*. Cusco: Universidad Nacional de San Antonio Abac.
- Kaplan, N. (2004). Nuevos desarrollos en el estudio de la evaluación en el lenguaje: La teoría de la valoración. *Revista científica de América Latina, Caribe, España y Portugal*, 52-78.
- Medina, M. Á., & Hurtado, D. R. (2023). *Método mixto de investigación: Cuantitativo y cualitativo*. Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.
- Montero Ramos, F. J. (2018). *Deontología del periodismo deportivo. Principios fundamentales y tratamiento en prensa*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Oviedo, L. G. (2004). La definición del concepto de percepción en Psicología con base en Teoría Gestalt. *Revista de estudios sociales*, 89-96.
- Pedraza Bucio, C. (2012). Mujeres en el periodismo deportivo: Reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes. *Revista científica de la asociación Mexicana de derechos a la información*, 47-67.
- Revilla Rodríguez, C. E. (2022). *Percepción del periodismo deportivo en los estudiantes de la escuela profesional de periodismo*. Lima: Universidad Jaime Bauzate y Meza.
- Rojas Torrejos, J. L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Analisis, Universidad de Sevilla*, 177-190.
- Sampieri, R. H., & Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Sexta edición McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Suría, R. (2010). *Cognición y percepción social*. Uruguay: Universidad de la República, Montevideo.

- Tomás, A. J. (2022). *La importancia de la identificación de los aficionados en la gestión de los equipos de fútbol profesionales y semi - profesionales de la Comunidad de Madrid*. Murcia - España: Universidad Católica de Murcia.
- Torres, A., De Santis, A., & Tamay, A. (2022). *Reflexiones sobre el periodismo deportivo. Experiencias, retos y expectativas*. Ecuador: Univerdidad Abay-Yala-Quito.
- White, P. (2004). *The Appraisal website: The language of attitude, arguability and interpersonal positioning*.
- William, R. Z. (2020). *Transformaciones y tendencias de la radio deportiva en la convergencia digital*. Colombia: Corporación Unificada de Educación (CUN).
- Zambaglione, D. (2008). Sobre las identidades: ¿Qué es una “Hinchada”? *Revista Educación física y ciencia, Universidad Nacional de la Plata, Argentina*.

ANEXOS

Anexo 2: Matriz de Consistencia

TÍTULO: PERCEPCIÓN DE LOS HINCHAS DEL FÚTBOL PROFESIONAL CUSQUEÑO CON RESPECTO AL EJERCICIO DE MUJERES PERIODISTAS EN ESTACIONES RADIALES CUSCO – 2024

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la percepción de los hinchas del fútbol profesional cusqueño con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales Cusco - 2024?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Establecer la percepción de los hinchas del fútbol profesional cusqueño con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales Cusco – 2024</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>La percepción de los hinchas al fútbol profesional cusqueño es positiva con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales Cusco-2024</p>	<p>Variable independiente</p> <p>Percepción de los hinchas</p>	<p>-Factores determinantes de valoración</p>	<p>-Nivel de información deportiva.</p> <p>-Desenvolvimiento</p> <p>-Calidad de la información</p>	<p>Tipo de investigación cualitativo - cuantitativo</p> <p>Nivel de investigación Descriptivo correlacional</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>P.E. 1: ¿Cuáles son los factores que determinan la valoración de los hinchas con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales Cusco - 2024?</p> <p>P.E. 2: ¿Qué acciones deberían desarrollar las mujeres periodistas en su ejercicio para mejorar la valoración de los hinchas Cusco - 2024?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>O.E.1: Determinar los factores determinantes de valoración de los hinchas con respecto al ejercicio de mujeres periodistas en estaciones radiales Cusco – 2024</p> <p>O.E.2: Determinar las acciones a desarrollarse desde el ejercicio de la mujer periodista deportivo para mejorar la valoración de los hinchas Cusco – 2024</p>	<p>3.1.2. Hipótesis específicas</p> <p>H.E.1: Los factores determinantes en la valoración son la credibilidad y la responsabilidad en el ejercicio del periodismo deportivo por parte de las mujeres Cusco - 2024.</p> <p>H.E.2: El ejercicio periodístico basado en el profesionalismo mejorarán la valoración de los hinchas con relación a la labor de las mujeres periodistas en Cusco - 2024</p>	<p>Variable dependiente</p> <p>Ejercicio del periodismo deportivo por parte de las mujeres</p>	<p>-Acciones a desarrollarse</p> <p>Tipos de medio de comunicación.</p> <p>-Roles en los medios de comunicación.</p>	<p>-Manejo de herramientas de información</p> <p>-Calidad en la difusión de la información</p> <p>-Cualidades competitivas</p> <p>-Buena locución</p> <p>Radio</p> <p>-Prensa escrita</p> <p>-Televisión</p> <p>-Medios digitales</p> <p>-Comentarista</p> <p>-Narrador</p> <p>-Productor de contenidos</p> <p>-Reportero</p> <p>-Conductor</p>	<p>Unidad de análisis: los clubes cusqueños de la Liga 1, Cienciano, Deportivo Garcilaso y Cusco FC.</p> <p>Población: los hinchas de cada club.</p> <p>Muestra: los 3 clubes cusqueños será de 384 hinchas.</p>

Fuente: Mamani, Viky.

Anexo 3: Instrumento de Recolección de datos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ENCUESTA PARA TESIS DE PRE GRADO

Estimado (a) hincha:

El propósito de esta encuesta es recoger información para un trabajo de investigación cuyo título es: **PERCEPCIÓN DE LOS HINCHAS AL FÚTBOL PROFESIONAL CUSQUEÑO CON RESPECTO AL EJERCICIO DE MUJERES PERIODISTAS EN ESTACIONES RADIALES CUSCO 2024.**

Por lo que solicito su apoyo respondiendo cada una de las preguntas marcando (X) o (+) y en algunos casos una respuesta abierta.

1.- ¿Es usted hincha de algún equipo cusqueño del futbol profesional?

- SI
 NO

2.- ¿Se considera usted hincha, aficionado, simpatizante?

- Hincha
 Aficionado
 Simpatizante

3.- ¿De qué equipo profesional cusqueño es hincha usted?

- Cienciano
 Deportivo Garcilaso
 Cusco Futbol Club

4.- ¿Habitualmente asiste usted al estadio a ver los partidos?

- SI
 NO

5.- ¿Cree que el periodismo cusqueño actúa con imparcialidad en relación a los tres equipos cusqueños del futbol profesional?

- SI
 NO

6.- ¿Cree usted que las mujeres que ejercen periodismo deportivo en el Cusco, gozan de mayor credibilidad?

- SI
 NO

7.- ¿Escucha usted programas radiales deportivos conducidos por mujeres periodistas en el Cusco?

- SI
 NO

8.- ¿Cree usted que el lenguaje que utilizan las periodistas que hacen prensa deportiva en Cusco es el adecuado?

- SI
- NO

9.- ¿Cree usted que las mujeres periodistas que ejercen periodismo deportivo en el Cusco están en igualdad de condiciones que los varones que desempeñan igual trabajo?

- SI
- NO

10.- ¿Cree usted que las mujeres que ejercen periodismo deportivo en el Cusco aportan positivamente al deporte?

- SI
- NO

11.- ¿Por qué considera usted que no hay mujeres que narran partidos de fútbol en el Cusco?

- Por falta de oportunidades
- Por consideraciones machistas
- Por falta de preparación
- Por otras razones (vergüenza, autolimitación, incapacidad)

12.- ¿Cree usted que en los últimos años se percibe mayor presencia de mujeres en programas deportivos de estaciones radiales del Cusco?

- SI
- NO
- NS / NO

13.- ¿Qué factores considera usted que inciden en la mayor presencia de mujeres en programas deportivos en Cusco?

- La equidad de género
- La formación académica
- El aumento de los aficionados al fútbol
- Otros (mayor cantidad de programas deportivos, mayor número de equipos cusqueños en el fútbol profesional).

14.- ¿Cree usted que las mujeres están capacitadas para desempeñarse en el periodismo deportivo?

- SI
- NO
- NS/NO

15.- ¿Qué recomendaciones daría usted para mejorar el desempeño de las mujeres en el periodismo deportivo?

- Mayor oportunidad en programas deportivos
- Mejor formación académica en prensa deportiva
- Fluides y dominio del lenguaje deportivo
- Otros (tener equidad en los salarios percibidos entre los géneros).

16.- ¿Cómo percibe usted la participación de la mujer periodista en el análisis deportivo dentro de los programas en estaciones radiales?

- Muy positivo
- Positivo
- Neutral
- Negativo

Anexo 4: Aplicación de encuestas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ENCUESTA PARA TESIS DE PRE GRADO

Estimado (a) hincha:

El propósito de esta encuesta es recoger información para un trabajo de investigación cuyo título es: **PERCEPCIÓN DE LOS HINCHAS AL FÚTBOL PROFESIONAL CUSQUEÑO CON RESPECTO AL EJERCICIO DE MUJERES PERIODISTAS EN ESTACIONES RADIALES CUSCO 2024.**

Por lo que solicito su apoyo respondiendo cada una de las preguntas marcando (X) o (+) y en algunos casos una respuesta abierta.

1.- ¿Es usted hincha de algún equipo cusqueño del futbol profesional?

- SI
 NO

2.- ¿Se considera usted hincha, aficionado, simpatizante?

- Hincha
 Aficionado
 Simpatizante

3.- ¿De qué equipo profesional cusqueño es hincha usted?

- Cienciano
 Deportivo Garcilaso
 Cusco Futbol Club

4.- ¿Habitualmente asiste usted al estadio a ver los partidos?

- SI
 NO

5.- ¿Cree que el periodismo cusqueño actúa con imparcialidad en relación a los tres equipos cusqueños del futbol profesional?

- SI
 NO

6.- ¿Cree usted que las mujeres que ejercen periodismo deportivo en el Cusco, gozan de mayor credibilidad?

- SI
 NO

7.- ¿Escucha usted programas radiales deportivos conducidos por mujeres periodistas en el Cusco? *Varones y mujeres*

- SI
 NO

8.- ¿Cree usted que el lenguaje que utilizan las periodistas que hacen prensa deportiva en Cusco es el adecuado?

- SI
 NO

9.- ¿Cree usted que las mujeres periodistas que ejercen periodismo deportivo en el Cusco están en igualdad de condiciones que los varones que desempeñan igual trabajo?

- SI
 NO

10.- ¿Cree usted que las mujeres que ejercen periodismo deportivo en el Cusco aportan positivamente al deporte?

- SI
 NO

11.- ¿Por qué considera usted que no hay mujeres que narran partidos de fútbol en el Cusco?

- Por falta de oportunidades
 Por consideraciones machistas
 Por falta de preparación
 Por otras razones (vergüenza, autolimitación, incapacidad)

12.- ¿Cree usted que en los últimos años se percibe mayor presencia de mujeres en programas deportivos de estaciones radiales del Cusco?

- SI
 NO
 NS / NO

13.- ¿Qué factores considera usted que inciden en la mayor presencia de mujeres en programas deportivos en Cusco?

- La equidad de género
 La formación académica
 El aumento de los aficionados al fútbol
 Otros (mayor cantidad de programas deportivos, mayor número de equipos cusqueños en el fútbol profesional).

14.- ¿Cree usted que las mujeres están capacitadas para desempeñarse en el periodismo deportivo?

- SI
 NO
 NS/NO

15.- ¿Qué recomendaciones daría usted para mejorar el desempeño de las mujeres en el periodismo deportivo?

- La equidad de género
 La formación académica
 El aumento de los aficionados al fútbol
 Otros (mayor cantidad de programas deportivos, mayor número de equipos cusqueños en el fútbol profesional).

16.- ¿Cómo percibe usted la participación de la mujer periodista en el análisis deportivo dentro de los programas en estaciones radiales?

- Muy positivo
 Positivo
 Neutral
 Negativo

Anexo 5: Evidencias Fotográficas



Fotografía: Aplicación de encuestas al interior del Estadio Inca Garcilaso de la Vega en un partido de Deportivo Garcilaso.



Fotografía: Aplicación de encuestas al interior del Estadio Inca Garcilaso de la Vega en un partido del Club Cienciano.



Fotografía: Aplicación de encuestas al interior del Estadio Inca Garcilaso de la Vega en un partido de Deportivo Garcilaso.



Fotografía: Aplicación de encuestas al interior del Estadio Inca Garcilaso de la Vega en un partido de Deportivo Garcilaso.



Fotografía: Aplicación de encuestas a una interior del Estadio Inca Garcilaso de la Vega en un partido del Club Cienciano.



Fotografía: Aplicación de encuestas a una aficionada del futbol en el interior del Estadio Inca Garcilaso de la Vega.



Fotografía: Aplicación de encuestas al interior del Estadio Inca Garcilaso de la Vega en un partido de Cusco Futbol Club.