



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

REPRESENTACIONES SOCIALES EN LA PRENSA RADIAL DE LATACUNGA EN TORNO AL FÚTBOL FEMENINO

Tesis presentada previa a la obtención del Título de licenciados, en Comunicación Social.

Autores:

Marco Vinicio Apugllón León

Kleber German Molina Sanchez

Director:

Lic. Diana Molina

LATACUNGA –ECUADOR

2016



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“REPRESENTACIONES SOCIALES EN LA PRENSA RADIAL DE LATACUNGA EN TORNO AL FÚTBOL FEMENINO”** 2016, son de exclusiva responsabilidad de los autores:

.....
Apugllón León Marco Vinicio

C.I. 0502785421

.....
Molina Sánchez Kleber Germán

C.I. 050246342-5



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de directora del trabajo de investigación del tema:

“REPRESENTACIONES SOCIALES EN LA PRENSA RADIAL DE LATACUNGA ENTORNO AL FÚTBOL FEMENINO”, de Apugllón León Marco Vinicio y Molina Sánchez Kleber Germán de la especialidad de Comunicación Social, considero que el informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Grado, que el Honorable Consejo Académico de la Carrera de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Junio 2016

.....
Lic. Diana Molina Sáenz

Directora



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y HUMANÍSTICAS
Latacunga –Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas a los postulantes: Marco Vinicio Apugllón León y Kleber German Molina Sánchez, con el título de tesis: **“REPRESENTACIONES SOCIALES EN LA PRENSA RADIAL DE LATACUNGA ENTORNO AL FÚTBOL FEMENINO”** Han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometidos al acto de Defensa de Tesis en la fecha y hora señalada.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga Junio 2016

Para constancia firman:

.....
PRESIDENTE
Lic. Lorena Álvarez

.....
MIEMBRO
Lic. Verónica Peñaherrera

.....
OPOSITOR
Lic. Magaly Benalcazar

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primero a Dios por darme la oportunidad, fuerza, sencillez, capacidad, para elegir una carrera maravillosa en la cual se puede contribuir con la sociedad de manera activa, a través de mi carrera universitaria conocí varias personas entre ellas amigos, compañeros, docentes de calidad y humanísticos entre los cuales conservo un inmenso agradecimiento a la Lic. Lorena Álvarez, una docente que siempre estuvo ahí desde el primer ciclo de la carrera universitaria, Lic. Diana Molina por guiar este paso importante dentro de la carrera universitaria, también a cada uno que conforman el cuerpo de docentes de la carrera de Comunicación Social un agradecimiento y estimación total.

Kleber

AGRADECIMIENTO

Mi más profundo agradecimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi que me abrió las puertas en el camino de superación.

A mis profesores que con sus conocimientos me ayudaron a ser lo que soy, en especial mi más profunda gratitud a la Lic. Lorena Álvarez Coordinadora de la Carrera de Comunicación Social que siempre me apoya con sus consejos de superación para mi vida profesional.

A mis padres por darme el apoyo que necesite en todo este tiempo.

Y por último a mis compañeros que en el transcurso de la vida universitaria hemos compartido alegrías y tristezas.

Marco

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado a todas las personas que me apoyaron incondicionalmente económicamente e incondicional entre las cuales esta mi Madre por ser un pilar fundamental a mi padre que lastimosamente ya no me acompaña pero desde el cielo me das ánimos y fuerza para seguir cosechando triunfos., a mis hermanas (os) que apoyaron de u otra forma en mi carrera universitaria.

Por otro lado enorme gratitud a la Universidad Técnica de Cotopaxi, al cuerpo de docentes de la carrera de Comunicación Social, a mi familia por brindarme el apoyo necesario a lo largo de mi carrera universitaria

Kleber

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres madre Rosa León que desde el cielo me está dando su bendición y amor, a mi padre Segundo Apugllón que me dio el aliento para continuar y no rendirme ya que con su esfuerzo y trabajo pudieron educarme, y sobre todo por el apoyo incondicional que me dieron a lo largo de mi vida y quienes me dejan la herencia más grande que unos padres pueden dar; la educación.

A mis hermanos que siempre han sido mis amigos y me han apoyado en todo.

Marco



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

TEMA: “REPRESENTACIONES SOCIALES EN LA PRENSA RADIAL DE LATACUNGA EN TORNO AL FÚTBOL FEMENINO”

**Autores: Marco Vinicio Apugllón León
Kleber Germán Molina Sánchez**

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo emitir un segmento radial, entorno al fútbol femenino con la finalidad que la sociedad conozca acerca de este deporte, por esta razón hemos citado varios autores que aportan a la indagación para desarrollar la propuesta en la emisora.

Se utilizaron varios métodos de investigación como el inductivo, deductivo herramientas, entre las cuales tenemos entrevistas, encuestas, permitiendo realizar una investigación con datos estadísticos que sustentaran la presente investigación, de este modo se podrá conocer el porcentaje de personas que concuerden con la presente propuesta, por otro lado también se podrá realizar un análisis de cada pregunta que contiene la encuesta y por ende su respectiva interpretación.

Una vez concluida la presente investigación, se pudo observar varias falencias en el programa de radio novedades, el cual no posee un segmento que hable sobre el fútbol femenino, porque en la actualidad existe una gran cantidad de mujeres practicando este deporte a nivel profesional.

La sociedad debe conocer acerca del fútbol femenino, hechos relevantes que presentan este deporte, por ende es necesaria la creación del segmento y hablar de fútbol femenino a nivel internacional, nacional, provincial, cantonal.

Palabras claves: Fútbol, mujer, segmento radial, deporte.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

TOPIC: The radio and social representatives into women's soccer practicing.

ABSTRACT

The object of this research is to transmit a radio segment, dealing with women's soccer, practicing with the main goal like letting society know about this sport practiced by women, because of this, we have quoted many authors, who affirm in their writings that women can develop and thrive in the various disciplines they choose to do.

Many research methods were used, such as the inductive, deductive, methods as research tools. Like interviews and surveys, allowing us to carry out an investigation with statistics that will support the research, this way the percentage of people that agree with the proposal will be known, as well as letting us make an analysis of each of the questions that survey contains, and therefore the respective interpretation.

Once the research is concluded, we could detect in the radio program "Solo Deportes" transmitted by Novedades radio station, which doesn't have a radio program that talks about women's soccer practicing, which is a sport that nowadays is practiced by a considerable percentage of women, at the professional level.

Society must know about women's soccer practicing, with relevant facts that will be presented, therefore, there is a need to create the segment "ÁREA 5.50 SIN LÍMITES", inside the radio program "SOLO DEPORTES", which will talk about topics dealing with women's soccer at an international, national, provincial inside and outside the city.

Key words: Soccer, Women, radio program, Sport.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por los señores Egresados de la Carrera de Comunicación Social de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas: **Apugllon León Marco Vinicio** – Molina Sánchez Kleber German, cuyo título versa **“REPRESENTACIONES SOCIALES EN LA PRENSA RADIAL DE LATACUNGA EN TORNO AL FÚTBOL FEMENINO** “lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Junio 2016

Atentamente,

.....
Lic. José Ignacio Andrade Marín
DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS
C.C. 050310104-0

ÍNDICE

TESIS DE GRADO.....	i
AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS	iii
APROVACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
AVAL DE TRADUCCIÓN	xi
ÍNDICE	xii
INTRODUCCIÓN	xviii

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS	1
1.1 Antecedentes investigativos	1
1.2 Categorías fundamentales	3
1.3 Marco teórico	4
1.3.1 La comunicación	4
1.3.2 Formas de comunicación.....	5
1.3.3 Comunicación intrapersonal.....	6
1.3.4 Comunicación Interpersonal	7
1.3.5 Comunicación interpersonal indirecta.....	8

1.3.6 Comunicación intergrupal.....	8
1.3.8 Comunicación masiva	9
1.4 Medios de comunicación.....	10
1.4.1 Medios Auxiliares o Complementarios.....	11
1.4.2 La prensa	11
1.4.3 La radio	12
1.4.4 La televisión	13
1.4.5 La Internet	14
1.4.6 La Audiencia	15
1.5 Radio	16
1.5.1 Historia de la radio.....	17
1.5.2 Tipos de radio.....	17
1.5.3 Radio comercial o privada	18
1.5.4 Radio ciudadana.....	20
1.5.5 Radio popular.....	21
1.5.6 Radio comunitaria	21
1.5.7 Las radion en América Latina	22
1.5.8 Radios en el Ecuador.....	23
1.5.9 Radios en Cotopaxi	24
1.6 Historia y orígenes del fútbol.....	25
1.6.1 Fútbol femenino	27
1.6.2 Fútbol femenino en el Ecuador	29
1.6.3 Mujeres en el fútbol barrial	29
1.7 Sociedad.....	31
1.7.1 La sociedad hace catorce años atras.....	31
1.7.2 Historia de la Sociedad.....	32

1.7.3 Estructura de la Sociedad	33
1.8 Programas Deportivos	34
1.8.1 El Programa Radial	35
1.9 Lenguaje radio fónico deportivo	36
1.10 Qué es una representación social	37
1.10.1 Representaciones sociales en los medios de comunicación	39
1.10.2 Género	40
1.10.3 Machismo	43

CAPITULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	45
2.1 Caracterización del objeto de estudio de interpretación de resultados	45
2.1.1 Breve caracterización del objeto de estudio de la radio Novedades	45
2.1.2 Breve caracterización del objeto de estudio de la radio Elite	47
2.2 Diseño metodológico	47
2.3 Métodos y técnicas	49
2.4 Categorización de variables utilizadas	50
2.5 Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a la selección de fútbol femenino de la Universidad Técnica de Cotopaxi	52
2.6 Análisis de los resultados de las entrevistas realizadas a comentaristas deportivos, entrenadores de fútbol y jugadoras.....	62
2.7 Análisis del resultado de las entrevistas aplicada a un comentarista deportivo	68
2.8 Conclusiones	73
2.9 Recomendaciones.....	74

CAPITULO III

3. Diseño de la propuesta	75
3.1 Datos informativos	75
3.2 Justificación.....	76
3.3 Objetivos	77
3.4 Descripción de la propuesta	78
3.5 Análisis FODA.....	79
3.6 Estructura del segmento deportivo.....	81
3.7 Temas del segmento.....	82
3.7.1 Temas a tratarse.....	82
3.8 Indicadores de evaluación	83
3.9 Martiz estratégica	85
3.10 Guión.....	86
3.11 Conclusiones	90
3.12 Recomendaciones.....	91
3.13 Bibliografía	92
3.14 Anexos.....	96

ÍNDICE DE TABLAS

CUADRO N°1 Categorización de variables.....	50
CUADRO N°2 Variables.....	51
CUADRO N°3 Análisis de los resultados de las entrevistas realizadas a comentaristas deportivos, entrenadores de fútbol y jugadoras.....	62
CUADRO N°4 Análisis del resultado de la entrevista realizada a una futbolista.....	65
CUADRO N°5 Análisis del resultado de las entrevistas aplicada a un comentarista deportivo.....	68
CUADRO N°6 Estructura del segmento deportivo.....	81
CUADRO N°7 Temas del segmento.....	82
CUADRO N°8 Matriz estratégica.....	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°1 ¿Escucha usted la radio?.....	52
GRÁFICO N°2 ¿Con que frecuencia escucha usted la radio?.....	53
GRÁFICO N°3 ¿Sintoniza Ud. la radio Novedades o radio Elite?.....	54
GRÁFICO N°4 ¿Escucha usted programas radiales deportivos?.....	55
GRÁFICO N°5 ¿Qué programas deportivos escucha usted?.....	56
GRÁFICO N°6 ¿Le gusta a Ud. el fútbol femenino?.....	57
GRÁFICO N°7 ¿Usted creé que la mujer se vuelve menos femenina al practicar el fútbol?.....	58
GRÁFICO N°8 ¿Cree Ud. importante la práctica del fútbol femenino a nivel provincial?.....	59
GRÁFICO N°9 ¿Considera usted que debería existir un espacio radial deportivo de fútbol femenino en la ciudad?.....	60
GRÁFICO N°10 ¿Considera Ud. que el espacio radial deportivo de fútbol femenino sea conducido por una mujer?.....	61

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la sociedad en la actualidad se basa en la comunicación de los grupos que lo conforman, sin embargo existen conjuntos alejados que lidian por integrarse. La radio es uno de los medios de comunicación masiva que influye de manera significativa en los movimientos sociales y representaciones de la sociedad.

Siendo vital la creación de un segmento radial de fútbol femenino conducido por un hombre y una mujer hablando de fútbol a nivel local de la manera más completa posible. En una sociedad donde las mujeres están ausentes de la práctica de este deporte debido a sus capacidades físicas. Este proyecto plantea la creación de un programa innovador con un estilo nuevo, espacios deportivos basándose en una programación entretenida y dinámica.

La propuesta constara con un segmento llamada “ÁREA 5.50 AL LÍMITE”, con treinta minutos al aire, se complementará con entrevistas a mujeres que practican este deporte, directores técnicos.

CAPÍTULO I: Fundamento teórico, citando autores como: Vásquez, Napoleón quien habla de la radio como un medio de comunicación que llega a lugares donde otros medios no pueden.

CAPÍTULO II: Los métodos empleados fueron inductivos, deductivos, investigativo de campo, investigativo y las técnicas entrevistas, encuestas, de este modo con los resultados obtenidos es favorable para el segmento y desarrollar la propuesta.

CAPÍTULO III: El desarrollo de la propuesta es crear un segmento radial en el programa “Solo deportes” de Radio Novedades, con el objetivo de dar a conocer a la sociedad sobre el fútbol femenino

CAPITULO I

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1 Antecedentes Investigativos

Después de investigaciones realizadas se encontró en la Universidad de Guayaquil en la Facultad de Comunicación Social en el área grados de licenciaturas el tema “ANALISIS DE LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS EN LAS RADIOS DE GUAYAQUIL PARA LA REALIZACION DE UN PROGRAMA DE FÚTBOL EXCLUSIVO PARA MUJERES” creado por los autores José Antonio Aguilar Ochoa y Eduardo Luis Quijji Borbor quienes manifiestan y desarrolla en el ámbito de la participación deportiva la cual es fundamental analizar los programas deportivos radiales existentes en la ciudad de Guayaquil para la creación de un programa de fútbol exclusivo para mujeres.

Consideramos que la presente investigación está enfocada en el género y el fútbol femenino en la ciudad la cual ayuda a acercarse a la sociedad y a la comprensión de como la cultura patriarcal, ha caracterizado la ciudad donde la función del hombre es más importante en todos los ámbitos ya sean social, cultural, económico, político, deportivo, religioso, que han sido preferencial para ellos y discriminatorio con respecto a la participación de la mujer.

Por esta razón la presente investigación nos ayudara a dar los primeros pasos en nuestra búsqueda de métodos nuevos para la implementación de segmentos radiales en programas deportivos que sea de carácter participativo y se hable de la mujer en el fútbol.

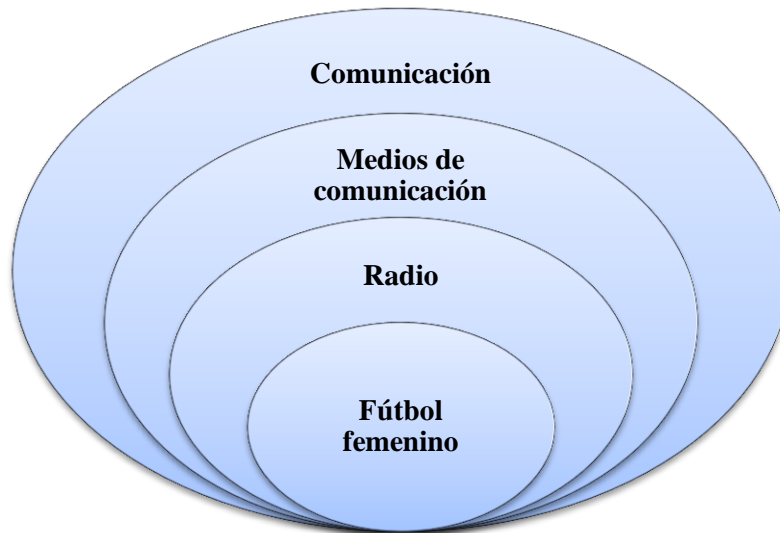
De igual manera en la Universidad Internacional SEK en la facultad de Ciencias de la Comunicación, se encontró una tesis con el tema: “CONSTRUCCIÓN DE REPRESENTACIONES SOCIALES EN LOS PROGRAMAS DE FARÁNDULA ESTUDIO DE CASO: VAMOS CON TODO DE LA CADENA TELEVISIVA RTS” creada por la autora: KAMILE BRIGITTE VÀSCONEZ VARGAS.

El presente trabajo de investigación está basado como los medios de comunicación en especial la televisión es generadora de información y entretenimiento para el público, los programas que genera la televisión basados en el sensacionalismo y especulación de algunos personajes de la farándula ecuatoriana y que esto ayuda a que la parrilla televisiva se llenan los bolsillos con dichos programas.

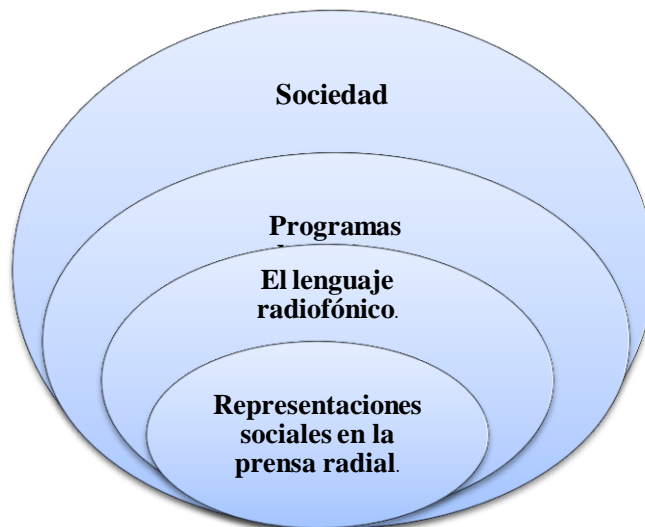
Esta investigación nos ayuda a comprender como se genera una representación social en los medios de comunicación y para nosotros es necesaria para así evitar caer en el sensacionalismo y obtener un producto radial de calidad sin amarillismo.

1.2 Categorías fundamentales

Grafico 1



VARIABLE INDEPENDIENTE



VARIABLE DEPENDIENTE

1.3 MARCO TEÓRICO

1.3.1 La comunicación.

Es la base del ser humano para subsistir dentro de una sociedad, existiendo varias formas para lograrse comunicar, nace con sonidos, ruidos guturales del ser humano, imitando a animales de la selva, pero a través del tiempo evoluciono el ser humano conjuntamente con sus formas de comunicarse, siempre existiendo un emisor, receptor y mensajes como nos manifiesta:

Hall (2011) manifiesta que "La comunicación puede definirse como: Un proceso en el que un comunicador o remitente dirige un mensaje a través de un medio o canal con cierto efecto, en la vida, se manifiesta de muchas formas: oral, escrita hasta dibujada y la pintada. " (HALL, Andrew "Ilustración" primera edición (2011), Londres pág. 50)₁

El concepto comunicación tiene diversas definiciones, para los psicólogos, es el proceso en la cual se transmite el pensamiento, para los científicos es la búsqueda de medios de persuasión, para el ciudadano común es el proceso de unión de dos personas que comparten un sentimiento, pensamiento e idea de una persona a otra.

Eschenbach (1978) "La teoría de Laswell el modelo está formado por cinco elementos como difusor, mensaje, medio, receptor y efectos. El difusor empieza con posición objetiva y subjetiva, piensa y habla en el nivel de intención y procede ante la situación actual, para que el mensaje tenga influencia en el público, difunde los criterios a través de los medios de comunicación para que la audiencia recoja la opinión y retransmite su criterio de retorno transformando en difusor nuevamente"(ESCHENBACH, Joseff "Radio Difusión para la Innovación" colección INTIYAN CIESPAL Quito - Ecuador (1978) págs. 147, 148.)₂

Espindola (2004) dice que la "Comunicación es identificar un hecho social propio y exclusivo para el ser humano que a través del idioma, logra transmitir mensajes e intercomunicarse con los demás, el diálogo es el mejor ejemplo aquí interviene los elementos como: emisor, mensaje y receptor; el mensaje puede ser oral o escrito; además en otras manifestaciones ya sea en pintura, escultura arquitectura y danza; hasta en un simple diálogo identificamos los procesos que tiene la comunicación (ESPINDOLA, Galo "Técnicas de Comunicación" ediciones Quito - Ecuador (2004) Pág. 41.) .3

Para los autores del proyecto, la comunicación es la transmisión de mensajes en el cual atraen sentimientos, pensamientos e información. La comunicación es la acción con la que una persona manifiesta a otra ya sea sus ideas, sentimientos, deseos, proporcionando información de acuerdo a lo que piensa y la otra responde, siempre que haya entendido el mensaje. Con sus respectivos elementos de la comunicación como: EMISOR donde produce un mensaje, MENSAJE conjunto de datos y RECEPTOR es quien recibe la idea y responde si es necesario.

1.3.2. Formas de comunicación.

Varias formas evolucionaron con el ser humano, a medida que se comunicaban con más personas de partes lejanas, aprendían nuevas formas para entenderse entre las personas de una sociedad, según un artículo publicado por la revista tecnología en la comunicación afirma que:

"En la antigüedad la comunicación a distancia se limitaba al correo postal. A partir del siglo XIX empieza el desarrollo acelerado de las telecomunicaciones cuando los mensajes se empiezan a transmitir a través de la corriente eléctrica, mediante el telégrafo primero y el teléfono después.

Más adelante se desarrolló la comunicación a través de ondas electromagnéticas, que viajan a mayor velocidad que la corriente eléctrica, que no necesitan de cables para su transmisión y que se pueden transmitir en el espacio exterior”

Existen varias formas de comunicación entre los seres humanos verbal, no verbal entre otras, existiendo también intermediarios como los aparatos electrónicos, celulares, televisión siendo Frecuencias radiales, internet; con la globalización en esta época las personas se han unido más compartiendo con seres queridos distantes, por medio de la tecnología, por otro lado se ha vuelto un pasatiempo, existiendo personas que se vuelven sedentarias por el excesivo uso de la tecnología.

1.3.3 Comunicación Intrapersonal.

Algunos tipos de comunicación intrapersonal son los sueños, fantasías, lecturas y reflexiones, el hablarse a sí mismo, los análisis, las plegarias, las meditaciones, la escritura, el hacer gestos mientras se está pensando e incluso la comunicación entre los órganos del cuerpo. Este tipo de comunicación se refiere a la que alguien realiza consigo mismo; es decir, el emisor y el receptor son el mismo individuo, como si se hablara a sí mismo.

Fournier “Es un diálogo consigo mismo está procesando en su cabeza la información, que luego la compartirá con otros, en forma de comunicación interpersonal, el diálogo interno que ocurre dentro de la cabeza de cada persona.” (FOURNIER, Marcos “Comunicación Verbal” La Trilla (2011) pág. 126.)⁴

La comunicación intrapersonal se podría decir que es el razonamiento que la persona hace internamente, o consigo mismo antes de comunicarse con los demás, podría ser como lo que se denomina monólogo pero dentro de su cabeza y sin expresar sus pensamientos aún a otras personas, entre estos las reflexiones, la

meditación, el hablarse a sí mismo son ejemplos de comunicación intrapersonal, por eso se puede concluir que todos los seres humanos tienen este tipo de comunicación.

1.3.4 Comunicación Interpersonal.

En criterio de los autores la comunicación interpersonal es la transmisión de mensajes entre dos o más personas que tienen los mismos intereses o proyectos en común, que sencillamente necesitan información uno del otro; se puede definir como una conversación de la vida cotidiana, este tipo de trato diario y común en la humanidad se desenvuelve en grupos sociales que su necesidad de comunicarse es imprescindible para su desarrollo.

Para Castro (2011) “La comunicación interpersonal se da entre dos personas que están físicamente próximas. Cada una de las personas produce mensajes. Es una relación de intercambio por medio de la cual dos o más individuos comparten su percepción de la realidad, se da entre dos o más seres humanos, cuando dialogan frente a frente, intercambiando información, proyectos o hechos interesantes de la vida cotidiana. En la comunicación de persona a persona se da interlocución más permanente.” (CASTRO, Lerma “El modelo Comunicativo” ediciones la trilla (2011) pág. 23) 5

Comunicación interpersonal directa.- Se refiere a los mensajes claros y obvios que pueden ser entendidos fácilmente por el receptor. El emisor controla este tipo de mensajes verbales y no verbales. Los canales de comunicación verbal incluyen el uso de palabras habladas y escritas. Por otro lado, los de comunicación no verbal se basan en expresiones faciales, gestos con las manos, movimientos deliberados con el cuerpo, colores y sonidos.

1.3.5. Comunicación interpersonal indirecta

El ser humano es versátil y se acopla de acuerdo al contexto que lo rodea, por ende se adapta al lenguaje y estilos del entorno, es determinado como un proceso de sobrevivencia, en el cual necesariamente se debe captarlos mensajes, por otro lado existe la comunicación subliminal, en donde el receptor puede captar recados sin poner atención como nos explica Mirando:

Miranda (2002) “El otro tipo de comunicación interpersonal involucra canales indirectos que usualmente son captados por el receptor de forma subliminal o subconsciente. Los emisores usualmente no controlan este tipo de comunicación interpersonal indirecta. En lugar del mensaje deseado, las emociones, sentimientos, motivaciones y deseos que se comunican a otros a través del lenguaje corporal y movimientos anatómicos o expresiones casi imperceptibles (MIRANDA, Ernesto (2002) “Comunicación Radiofónica” Latacunga-Ecuador. (2002) pág. 21)”⁶

Como ejemplos de comunicación directa se puede citar la conversación, las señales que da el policía de tránsito, comunicación por carta, en salas de charla o mensajes escritos por celular. En la comunicación interpersonal indirecta se puede ejemplificar con los mensajes que se capta al escuchar música, el receptor puede captar sentimientos y emociones; algo similar puede ocurrir al transmitir una declamación poética, que utiliza no solo el lenguaje verbal sino también corporal.

1.3.6 Comunicación intergrupala.

El ser humano vive rodeado de su familia en el hogar, amigos, compañeros de trabajo, grupos sociales, por ende conlleva una comunicación grupal, conformada también con tres o más personas, sin importar el idioma, costumbre, ideología, como nos manifiesta el siguiente autor:

Miranda (2002) "Se da entre grupos conformados por una persona que facilita el diálogo y los integrantes del grupo, se comunican entre sí de manera horizontal. Interactúan para reflexionar sobre sus logros y problemas, sobre sus necesidades de aprendizaje y de enseñanza en el trabajo de grupo; se puede utilizar el socio drama, títeres, video, audio debates, charlas y conferencias. Algunos grupos de acuerdo a la creatividad, suelen combinar estos medios pequeños para reforzar la fuerza de la comunicación" (MIRANDA, Ernesto "Comunicación Radiofónica" Latacunga- Ecuador. (2002) pág. 21) .7

Es la que se realiza en la comunidad local y está relacionada con la comunicación pública, por lo tanto, la que se establece entre dos o más grupos empleando un tema común: la comunidad local. En este nivel la información que se comunica se produce y distribuye por medio de un sistema de comunicación especializado y está destinada a la comunidad como un conjunto. Es en la que están involucrados dos o más grupos. Puede incluirse la comunicación que se establece entre los intérpretes y los espectadores.

1.3.7. Comunicación masiva

Los medios de comunicación masiva son instituciones que cumplen una serie de papeles en un sistema social, estos también provocan respuestas de los públicos a los que se dirige. Los medios masivos de comunicación más importantes son: Impresos, Libros, periódicos, revistas, historietas y volantes, electrónicos, cinematografía, radio, televisión e internet.

Miranda (2002) manifiesta que "La comunicación masiva se da cuando con un mismo mensaje se llega a miles de personas al mismo tiempo. Por ejemplo los partidos de futbol de la selección de Ecuador, fueron escuchados y vistos a través de las radios y canales de televisión, por más de 30 millones de personas en toda América Latina al mismo tiempo"

(MIRANDA, Ernesto “Comunicación Radiofónica” Latacunga – Ecuador. (2002) pág. 22) .8

La comunicación masiva es la aplicación de los principios de las técnicas de la información, sociológicas, políticas y económicas para la difusión de datos, dirigidos a grandes conglomerados. En otras palabras, implica el manejo de información orientada a numerosos sectores de la población y a la sociedad en general.

1.4 Medios de Comunicación.

Son los encargados de transmitir la información que la sociedad requiere como, retomando las funciones e ideologías por la cual fue creada como: informar, entretener, educar, sin olvidar que un medio crea cultura a través de los mensajes emitidos a su público, con la globalización el mundo entero está conectado por varios medios como el internet como el principal, la TV, frecuencias radiales que hasta este siglo XXI no ha caducado, como el telegrama que en su tiempo fue importante como nos manifiesta López:

López (2003) dice que “Los medios de comunicación, dan mensajes permanentes, se clasifican en medios masivos y alternativos; así podemos decir que los medios masivos de comunicación transmiten un mensaje para mucha gente al mismo tiempo podemos citar: la radio, televisión, periódico e internet; por otra parte, los medios alternativos son aquellos instrumentos que se los utiliza en comunicación de doble vía es decir se responde al mensaje que llega, en ella participan varias personas, se pueden citar la carta, teléfono, telegrama, periódico mural, cine.” (LOPEZ, José Ignacio “La radio y el internet hacia el matrimonio tecnológico” Quito- Ecuador (2003)) 9

Los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos. Los medios de comunicación son instrumentos que sirven como medios para la

transmisión de mensajes, en algunos casos se transmite a grupos masivos de personas y en otros en por vía doble según el tipo de medio de comunicación que se emplee.

1.4.1 Medios Auxiliares o Complementarios.

El internet encabezando en la lista de comunicación complementaria, pues este conecta a todo el mundo sin la necesidad de poseer un cable en cada hogar; a medida que el hombre evoluciono, la tecnología también por ende los medios de comunicación no se quedaron atrás como nos manifiesta Thompson:

Según Thompson (2006) “Hay varios medios de comunicación como pueden ser los medios masivos que son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento concreto así como es la televisión, internet, periódicos, revistas, radio también hay medios auxiliares o complementarios que afectan a un menor número de personas en un momento concreto así como pueden ser publicidad interior, correo electrónico, publicidad exterior y por último hay los medios alternativos que los define como nuevas formas de promoción de productos, algunos ordinarios y otros muy innovadores como pueden ser los faxes, discos compactos, protectores de pantalla de ordenador”.

Los medios auxiliares o complementarios se pueden deducir como la publicidad que es muy común en los exteriores de los edificios, negocios, o al aire libre. También forma parte de este tipo de comunicación la señalética interna o externa empleada como medio visual para dirigir a lugares determinados.

1.4.2. La Prensa.

La comunicación impresa abarca todo tipo de publicaciones. Un libro puede tener cientos de ejemplares, a precios muy cómodos, tiene durabilidad de acuerdo a la

conservación. Por medio de la lectura promueve la cultura, al igual que la comunicación oral tiene sus grandes ventajas. Como nos el artículo publicado por Varios autores (2000), afirmando que:

“El periódico es texto escrito en papel pero su mensaje solo llega a un periodo temporal, siendo de actualidad e informativo.” (VARIOS autores, “Educación y Comunicación” (2000) EDICIONES RIALP, s. a. pág.319.)

10

La prensa constituye a los documentos escritos, publicaciones como periódicos, revistas, libros que son precisamente hechos para informar a la comunidad. En el caso de los periódicos la información es actual y relevante en cuanto a noticias locales e internacionales; las revistas y libros presentan temas de interés, deben ser de actualidad para lograr la acogida de las personas.

1.4.3 La Radio.

Es un medio de comunicación auditivo que está producido con diversos objetivos, noticieros que informan sobre los últimos acontecimientos, para deleitar con música a los radio escuchas, programas para público de todas las edades. Este medio además tiene la facultad de interactuar con el receptor por medio de llamadas telefónicas.

Jiménez (2006) “Se escucha la radio mientras se trabaja, se camina, se come o se juega, pero con las nuevas tecnologías se pueden realizar transmisiones en vivo y en directo desde cualquier lugar del país o del mundo en el mismo instante que están ocurriendo los hechos y con un buen sonido, pero también el más barato, hoy en día existe la radiodifusión que está para todos los gustos y edades; existen las radios en AM. Amplitud Modulada y FM. Frecuencia Modulada.”(JIMENEZ, Agustín “Datos básicos de la Realidad Nacional” Quito-Ecuador (2006))

11

Son de origen nacional, producidos en la propia emisora, a veces en otros medios, la radiodifusión ecuatoriana esta con los programas de entretenimiento y los informativos, su contenido es educativo y cultural. Los programas de entretenimiento son de incidencia: los musicales, programas para la mujer, programas infantiles, horóscopo y las llamadas telefónicas manejando un formato sencillo. En segunda instancia esta la producción y radiodifusión de programas noticiosos, que dentro de ellos sus contenidos son informativos, deportes y opinión, los mismos que requieren de dedicación, atención, recursos humanos y económicos para así cumplir con el objetivo.

1.4.4 La Televisión

La televisión es un medio de comunicación audiovisual, que en la actualidad es muy utilizado y difundido, por el hecho de que utiliza imágenes y sonido atrae a la comunidad de todas las edades. Mediante la televisión se puede observar la programación gravada o la transmisión de sucesos en vivo y en directo.

Miranda (2002) manifiesta “Debido a la gran infraestructura de equipos necesarios para captar y procesar la imagen, la generación del programa casi siempre se realiza desde un estudio, siendo muy difícil transmitir desde exteriores.” (MIRANDA, Ernesto “Medios Audiovisuales” pág. 21 Latacunga-Ecuador (2002) pág. 21) ¹²

Es audiovisual porque muestra imágenes y voces de los protagonistas. La televisión como medio de comunicación llega a un gran número de personas instantáneamente del estrato social o nivel cultural. La audiencia es amplia y heterogénea. Es un medio que transmite imágenes, razón por la cual el espectador es un ente pasivo el cual recibe la información auditiva y visual sin generarse en él alguna actitud o respuesta intelectual.

Jiménez (2006) “Los programas televisados son de mayor sintonía, ya que su contenido es más para entretenimiento, programas en vivo, los temas de la mujer, los infantiles, largometrajes y otras series. Los programas educativos, culturales y los religiosos tienen menos difusión en la pantalla chica”(JIMENEZ, Agustín “Datos Básicos de la Realidad Nacional” Quito (2006). pág. 194) ¹³

Existen diversos tipos de programación, inclusive ya existe la televisión por cable en la que hay varios canales unos dedicados a programas infantiles, otros a telenovelas, programas sobre los animales, etc. La televisión incluye varias facetas de interés general, es uno de los medios más influyentes en los hogares.

1.4.5 La Internet

El mundo entero y por ende el ser humano adoptaron el sistema de la globalización, con nuevas tecnologías, formas de comunicarse de manera más rápida con personas que residían al otro lado del mundo, por la facilidad del internet conectado a nivel mundial como nos manifiesta Gonzales:

Gonzales (2000) “Es un sistema, de comunicación transnacional que, gracias a unos estándares comunes y redes de telecomunicaciones, permite el intercambio y la obtención de la información mediante el uso de las modalidades de comunicación en línea. Como infraestructura es una red de redes que se interconectan, desde su inicio en 1969.” (GONZALES, Paloma “Internet y Comunicaciones digitales” Barcelona. (2000) Pag.35, 36) ¹⁴

El internet es el medio de comunicación de mayor trascendencia que se trata de un conjunto de redes interconectadas, es la denominada “telaraña mundial”, en vista de que la información se envía y recibe en tiempo real a cualquier parte del mundo. Es un gran archivo digital que tiene varias facetas de comunicación como: el correo electrónico que permite enviar y recibir cartas y documentos al instante,

el chat y las redes sociales que son diseñadas para interactuar con personas de todo el mundo, la videoconferencia que es un medio en el que la comunicación a avanzado, pues se puede escuchar y ver a la otra persona mientras se entabla una conversación. Cabe mencionar que para que el internet sea provechoso hay que saber darle el uso pertinente y que se obtengan beneficios desechando lo negativo.

Dice Bosch (2001) que el “Internet es una herramienta de información, con capacidad de revolución en toda clase de trabajo e investigación; permitiendo el desarrollo de la tecnología y las aplicaciones encaminadas al progreso de las instituciones. Tiene mayor incidencia, porque se ha transformando en una red poderosa, siendo fuente de comunicación, en diversos aspectos. Convirtiéndose en la red de redes, tejiendo telaraña de informaciones.”(BOSCH, Ángel “Alguien lo está Vigilando” editorial televisa (2001), pág. 22) 15

1.4.6 La Audiencia

Los medios de comunicación depende de una audiencia estable y no estable, al otro lado del televisor los miles de receptores son quienes alimentan la programación de un medio ya sea programas, telenovelas, entre otros, la audiencia juega un papel importante dentro de un medio y por ende este elige que mirar, escuchar, leer, compartir por medio del internet, y mostrar si es de su gusto, en radio la audiencia tiene su fijación por programas de acuerdo a su estilo y tiempo para escucharlos como nos manifiesta Mata

Mata (2004) dice “Es considerada audiencia radiofónica aquellos grupos de masas dispersos y extensos que tienen relación con el medio de comunicación, en los comportamientos, relaciones y diferencias entre hombres, mujeres, jóvenes y adultos; permitiendo la creación de nuevos programas en la radio, difundiendo mensajes que lleguen a hacer conciencia y realidad en la vida social.” (MATA, María Cristina “Como Conocer la Audiencia de una Emisora” Quito- Ecuador (2004)) 16

La audiencia son los radioescuchas o grupos de personas que se relacionan con la radio, en varios casos no solo escuchan la radio y la sintonizan sino también participan con llamadas telefónicas para hacer peticiones de canciones o para participar en concursos.

1.5 Radio

A través de la historia en la humanidad la radio ha sido el único que se mantiene compitiendo con los medios de comunicación alternativos que existen como el internet encabezando la lista, con el avance de la tecnología apareció la TV, varios pensaron que la nueva competencia pronto dejarían de lado a la radio, cuya frecuencia era de onda corta en sus inicios como nos manifiesta Vásquez a continuación:

Vásquez, Napoleón (2003-2004) “La radio es el medio de comunicación de mayor cobertura tanto como Onda Corta, Amplitud Modulada, Frecuencia Modulada, existen varias emisoras pequeñas que operan en Onda Corta muchas de ellas realizan comunicación alternativa: Escuelas Radiofónicas de Chimborazo, Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, La voz de Saquisilí, Centro de Imbabura, Centinela del Sur.” (VASQUEZ, Lola S y NAPOLEON, Saltos G “Ecuador y su realidad” ediciones (2011-2012)) 17

La radio es un medio de comunicación con ondas de sonido transmiten información a cantidades masivas, la transmisión en la radio debe gozar de riqueza expresiva, para lo cual hoy se exige preparación académica.

Existen tipos de programas que se transmiten en las radios: programas infantiles, dramáticos, juveniles, deportivos, culturales, concursos, colaborando con las personas que pueden llamar a la radio y compartir con los periodistas.

1.5.1 Historia de la Radio

La radio empezó tras muchas investigaciones que los estudiosos realizaban a lo largo del tiempo es así que en la Nochebuena de 1906 el canadiense Reginald Descender realiza la primera transmisión de sonido en la que los barcos podían escuchar la voz sin códigos, un año más tarde en el año 1907, el norteamericano Alexander Lee de Forest descubre las válvulas de electrodos que transforma el sonido a señales eléctricas con esto ya nace la radio sin cables, sin código, ni tiempo; el sonido nítido de antena a antena desde un punto a otro.

Para López (2004) “La primera emisora con servicio regular fue KADKA de Pittsburgh instalado en un garaje el 2 de noviembre de 1920 con el radioaficionado Frank Conrad difunde los votos obtenidos de los candidatos a la presidencia de Estados Unidos desde entonces la radio es imparable y hasta el momento perfecciona cada día más con tecnologías modernas.” (LOPEZ Vigil, José. “Manual Urgente Para Radialistas Apasionados”, Quito-Ecuador (2004). Pág. 15, 16, 17, 19) 18

Aprovechando este invento los argentinos toman la delantera con el médico Enrique Susini y el grupo de amigos entusiastas montaron un transmisor de 5 vatios en el teatro coliseo un 27 de agosto de 1920; a las 9 de noche realizan la primera prueba para todo Buenos Aires, abierto para todo público.

1.5.2 Tipos de Radio.

La ley orgánica de comunicación, en su artículo 70, reconoce que los medios de comunicación social son de tres tipos: públicos, privados y comunitarios. Para los postulantes en las radios tanto a nivel nacional e internacional existen frecuencias comerciales, públicas y comunitarias, conocidas en diferentes países como Radios Sindicales en Bolivia, ciudadana Popular en Bolivia, Educativa en Colombia, son la lucha de medios para que la gente participe.

En Ecuador por los años de 1975 con el gobierno de General Guillermo Rodríguez Lara aprueba la primera ley de radio y televisión durante 20 años sin reglamento reconoce dos clases de estaciones comercial privada y de servicio público luego ocurre la reforma en 1995 por el Congreso Nacional, un año más tarde dicta el primer reglamento de radio y televisión.

Más adelante, en el año 2002 por las gestiones de varias instituciones de comunicación logra una nueva reformatoria de la ley de radio y televisión donde se reconoce el acceso a las organizaciones civiles y autoriza el financiamiento por la publicidad.

Guerrero (2002) menciona “Que el Consejo Nacional de Radio y Televisión CORNATEL está representado por la Asociación Ecuatoriana de Radio y Televisión (AETV Asociación Ecuatoriana de Canales de Televisión) no toman en cuenta las asociaciones populares, por lo que negando el pedido de convertir en comunales y que sean reconocidos; en el mes de junio del 2014 entró en vigencia "la polémica Ley de Comunicación del Ecuador”(GUERRERO, Eduardo “Ética de la Comunicación” (2002) pág.58 a 62.). ¹⁹

Esta ley, ha sido crítica tanto por medios de comunicación como por empresarios del país. El tipo de radio está determinada por los responsables de su funcionamiento, pueden ser radios públicas, privadas, la radio ciudadana, popular y comunitaria.

1.5.3 Radio Comercial o Privada

El medio radial considerado como un mercado, ofertando espacios publicitarios, en donde las personas podían anunciar sus productos, de este modo ganaría el anunciante como el dueño del medio; algunas frecuencias regidas por determinados grupo de poder para realizar sus campañas políticas, por lado dando

a conocerse ante la sociedad a través de este medio que atraviesa no solo fronteras como manifiesta Vera.

Vera (2003) “Las radios comerciales son grupos económicos, ofertando a los anunciantes y patrocinadores el acceso al más amplio número de consumidores potenciales; en un mercado especializado, el objetivo es alcanzar el mayor número posible de consumidores de un tipo particular la lógica del sistema comercial es copar nuevos mercados y extender sus fronteras para competir e incluso minar el dominio del servicio público ya sea individual o familiar.”(VERA, Teo “Administración y gerencia en radio CIESPAL”, Quito-Ecuador (2003) pág. 103) 20

Las radios comerciales mantienen ofertas para que el público pueda hacer uso de sus servicios, para que estos puedan ofertar sus productos y así llegar al oyente por medio de comerciales para que estos puedan extender sus negocios a otras provincias y a cantones alejados de las ciudades.

Vásquez, Napoleón (2011-2012) “Las radios comerciales existen en aquellos grupos de poderes económicos importantes como puede ser individuales o en sociedad, en el país hay radios y otros medios de comunicación que tienen el control monopólico sobre todo en cadenas nacionales, en el 2011 existen 1174 frecuencias entre repetidoras en AM, FM y onda corta de los cuales se puede decir que 1026 son de carácter comercial privado, 134 de servicio público y 14 comunitarias; así como existen grandes medios también hay pequeños que operan en onda corta muchas de ellas realizan comunicación alternativa.” (VASQUEZ, Lola y NAPOLEON, Saltos “Ecuador y su realidad” Quito-Ecuador (2011-2012) pag.326) 21

Radio comercial es aquella que depende de grupos empresariales o pertenece a empresarios, pueden comercializar su tiempo, creando ofertas para anunciantes y patrocinadores.

1.5.4 Radio Ciudadana

Creada sin fines de lucro para ayuda de la sociedad, fortaleciendo la democracia, en donde una persona puede publicar sus necesidades o grupales de un sector determinado, nace con nuevas iniciativas para acercarse al pueblo como un derecho más de libre expresión que posee el ciudadano, recalcando funciones como la educar, entretener, informar así nos manifiesta Rocholl.

Para Rocholl (2002) “Radio Ciudadana se identifica con su localidad, con la realidad de la población, se identifica como un actor más, tiene un enfoque de desarrollo humano a través de la democracia, no excluyen otras funciones como informar, educar y entretener, reconoce sus propias aspiraciones y busca atender necesidades en sus programaciones.”(ROCHOLL, Arno “Módulo Producción Radiofónica” (2002) pág. 105).) 22

Considerando que la radio es un medio importante de comunicación, existen diversas formas de llevar a cabo esta función. Para ello se debe considerar que la Radio Ciudadana es de uso exclusivo para la sociedad civil organizada que demanda siempre de un espacio radiofónico para cumplir con sus necesidades de información, educación, cultura y difusión de usos y costumbres. Uno de los papeles que juega es el de llevar a cabo un proceso informativo dentro de un determinado grupo social sin tener interés de lucrar mediante el uso de ese espacio.

Muchas veces las radios ciudadanas cumplen la función de informar y educar, proporcionando una información veraz para la sociedad con la participación de las personas de forma civilizada y ordenada que contribuya a mejorar la comunicación y el conocimiento de los seres humanos.

1.5.5 La Radio Popular

Este tipo de medio de información nace por la necesidad que requiere la audiencia, para expresar sus necesidades, esta frecuencia se especializa en abarcar a personas cuyos recursos son limitados y se poseen un solo medio de comunicación para informarse de los acontecimientos que atraviesa su país, nación o el mundo entero, es decir deben confiar en el medio que utilizan como manifiesta Gutiérrez a continuación.

Según Gutiérrez y Mata (2001) “Las radios Populares, gozan de excelencia; existen experiencias dinámicas, hay gente trabajando con aventuras comunicacionales combinando nuevas tecnologías, cuentan del comprometimiento con los pobres donde se interactúa con la tecnología, se pretende continuar con la labor de fortalecer y saber lo que quiere la gente, pero eso se debe capacitar, conocer la audiencia con el sondeo.”(GUTIERREZ, Hernán y MATA, María Cristina “Siguen Vigentes Las Radios Populares”, Quito-Ecuador (2001) pág. 50,51.) ²³

La radio popular es un medio de comunicación que sirve para analizar pensamientos de personas que aporten con la información para que el radioescucha pueda ser parte de ese debate o pensamiento que se esté hablando en la radio ya que mediante la tecnología las personas pueden ser partícipes con llamadas telefónicas o a la vez mediante las redes sociales que tienen las radios del país.

1.5.6 Radio Comunitaria.

Este medio nace como una necesidad de las personas que habitan ciertas comunidades en donde la comunicación es limitada, conformándose con una estación de radio, siendo solo receptores de la información, sin poder expresar sus ideas, ideales, propuestas para convivir de manera mejor entre las diferentes comunidades del sector, se construye la propuesta de la radio comunitaria como manifiesta.

Dávila (2000) "Radio Marañón cuenta que en el cumpleaños de la radio tuvo una convocatoria masiva; existieron bandas invitadas pero asistieron el doble al concurso, además la gente visitó sin ningún interés con la disposición de expresar su pensamiento. Esta práctica invita a que las emisoras comunitarias en América Latina organicen a las comunidades de acuerdo al objetivo"(DÁVILA, Luis "La Identidad Comunitaria y la Radio" Quito-Ecuador (2000) pág. 36.) 24

La radio comunitaria nace de la iniciativa de grupos de comunidades que tienen problemas en común, por lo que han visto necesario alzar la voz en sus propios medios de comunicación, para así poder llegar a las autoridades y vean las necesidades que tiene cada comunidad que está alejada de los espacios rurales.

1.5.7 Las radios en América latina

Este tipo de frecuencia nace como una necesidad a nivel de Latinoamérica, se va centrando en los países habla hispanos, dando realce y popularidad a este tipo de frecuencia tenemos a radio Sutatenza pionera en realizar trabajos comunitarios en bienestar de las comunidades debido a que la comunicación era limitada como manifiesta el siguiente autor.

Jaramillo (2007) manifiesta que "En Cuba y Argentina las radios empiezan a funcionar en el año de 1922, el discurso del gobierno de turno, la posesión presidencial, un partido de fútbol, entre otras actividades, así sucesivamente aparece la radio en Brasil, Perú, Salvador, República Dominicana, Costa Rica, Bolivia, Colombia, Honduras, Panamá, Guatemala, Surinam, Guyana, Jamaica, Nicaragua, Martinica, Haití, Paraguay"(JARAMILLO, Edgar "Situación de la Radio en América Latina CIESPAL" Quito-Ecuador (2007) pág.31) 25.

La radio en América Latina comenzó a expandirse desde 1920, se empezaron a transmitir noticias y canciones en Argentina, México, Buenos Aires en 1930, en algunos países el gobierno empezó a apoyar a las radios y dar mayor acogida a esta y así llegar a la audiencia de todas partes del país.

1.5.8 Radios en el Ecuador

Se dio inicio a una estación de radio en el Ecuador, por medio de un trabajo experimental en la ciudad de Riobamba, por los años de 1910. Pero fue inaugurado con el nombre oficial de Radio " El Prado" en 1929, donde llego a tener mucha audiencia en todo el país, realizando enlaces entre las radios colombianas, argentinas.

Torres (2004) dice que “las radios ha tenido un desarrollo rápido y progresivo y por el año 1962 crea la Escuela Radiofónicas Populares del Ecuador E.R.P.E. y en el ámbito educativo cultural LA VOZ DE UPANO que brinda atención a todas las provincias del país”. (TORRES, René “Situación de la Radio en el Pacto Andino” CIESPAL Quito-Ecuador (2004)) ²⁶

En Ecuador anteriormente no era de fácil acceso tener en casa un radio, sin embargo con el pasar del tiempo la aparición de la radiodifusión fue trascendental, en Guayaquil se introdujeron los primeros aparatos receptores de radio, aunque muchas ciudades se atribuyen haber iniciado la primera radio, pero según algunas fuentes se menciona que el primer aparato radial estuvo en Riobamba.

Merino (1997) “La Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador CORAPE es fundada en el año de 1988 y se cree que están afiliadas 30 radios y 10 que no son asociaciones legales, pero tiene un fuerte respaldo de ALER desde su inicio, cada vez la coordinadora tiene un avance, una radio revista que su temática es la lucha en contra de la corrupción, medio ambiente, derechos humanos, desarrollo local,

ciudadanía y pluriculturalidad”(MERINO, Jorge “Formación Profesional en Radio” CIESPAL Quito- Ecuador (1997)) 27.

Las radios ayudan a que la audiencia escuche toda una programación, donde se respete los derechos y se hable de la pluriculturalidad. Sobre todo que se dé a conocer lo nuestro y la música que hay en nuestro país.

1.5.9 Radios en Cotopaxi.

En Ecuador especialmente en Cotopaxi cantón Latacunga, nace la idea de las cabinas comunitarias propuesta realizada por Stereo Latacunga, situadas en Zumbahua con la aceptación de las personas habitantes de la comunidad dando buenos resultados, hechos que despertaron el interés de invertir en radio del cantón, sucesos que marcaron un antes y después de lo que vendría a ser mas tarde las frecuencias radiales en Cotopaxi, por eso Lalo Freire conocido como el librero de Latacunga, recuerda y comparte las experiencias de las primeras radios en el cantón

Para Freire (2016) “Las radios pioneras empezaron con los señores Muñoz que locutaba "Esta es la radio Rey, la voz de la canción nacional y otra la radio Once de Noviembre; esta era la década de radios en Cotopaxi que complacía con mensajes musicales, también la radio ORC, nuevos Éxitos en Salcedo, radio El Sol en Pujilí, la voz de Saquisilí y Libertadores; que fueron quienes daban los mensajes de amor y amistad que prácticamente eran los parlantes de los barrios” (FREIRE, Lalo “Aprendamos a Querer y otras memorias de Lata.” (2014)).²⁸

En sus inicios, el objetivo de las radiodifusoras era educar a la familia, hoy en día, casi todos los medios de comunicación enfocan su programación en el ámbito musical, informativo, esta vez abordaremos el tema de programas deportivos que hacen referencia al futbol femenino, si existe un espacio en el cual se habla del deporte femenino.

Guerrero (1995) “En la propuesta de comunicación participativa cuenta en la historia de los medios de comunicación que se caracterizaban por ser verticales, era monopolizada la comunicación por parte del poder económico, banqueros, empresarios; cuenta que en esa época llegaron canales nacionales de televisión que controlaba a la provincia con criterio de informar pero no la realidad y cultura del país peor de la provincia.”(GUERRERO, Luis “Comunicación Participativa Evangelizadora” Quito- Ecuador (1995)) ²⁹

La radio tiene mayor aceptación, en la audiencia del área rural que en de la urbana, debido a que por sus labores diarias, como labrar el campo o cuidar sus animales, emplean este medio de comunicación como compañía y mecanismo de información. Se considera que en las áreas rurales se privilegia los programas de noticias locales y nacionales, lo que indica el grado de interés en conocer lo que sucede a nivel local y en el resto de la sociedad.

1.6. Historia y orígenes del fútbol

El fútbol sin duda es el juego más popular del mundo de acuerdo a nuestra investigación consultada no existe unanimidad con la fecha exacta de los orígenes del fútbol y se puede decir que es tan antiguo como la existencia del hombre.

Según Galeno (2006) “El fútbol como en casi todo lo demás, los primeros fueron los chinos.”(GALEANO, E. “El fútbol a sol y sombra”. Madrid: SIGLO XXI. (2006), Pag.50) ³⁰

Es uno de los deportes más antiguos del mundo practicado por poblaciones existentes en otras épocas esto se remonta a la dinastía Han en China en los siglos II y III a. C como un manual de ejercicios militares y se lo conocía como Tsúh Kút. En la actualidad, el fútbol se ha modernizado y hoy cuenta con sus propias reglas de juego las cuales se cumplen en torneos locales o internacionales.

También el juego romano Harpastum puede ser un ancestro distante del fútbol ya que se practicaba de una forma brutal. Este juego consistía en lanzar una vejiga de oveja llena de aire o arena y traspasar una línea marcada en el campo contrario, en este juego había dos bandos sin número limitados de jugadores. Esta actividad se la practicaba sin reglas, sin tiempo estimado para jugar y de manera espontánea. En Inglaterra, la primera pelota utilizada para jugar fútbol fue la cabeza de un soldado romano muerto en batalla, esto era tan brutal que en algunos países se llegó a prohibirla. En la Europa medieval también se jugaban diversas formas de fútbol, sin embargo las reglas dependían de la época y la zona.

El balompié se trasladó a Gran Bretaña, en ese país se llegó a considerar que las escuelas públicas inglesas eran claves para el nacimiento del fútbol moderno. La evidencia sugiere que la época del siglo XVI, las escuelas y especialmente el director Richard Mulcaster (1530-1611) pedagogo inglés fue pionero en la introducción de práctica deportiva en las escuelas británicas. Es decir, Mulcaster fue el primero en crear un equipo de fútbol y oponer el nombre a este deporte practicado entre los alumnos ingleses. La práctica de este deporte fue fundamental para eliminar el componente más violento del fútbol, y transformarlo en un deporte de equipo que fue sede agrado para los chicos.

Las primeras reglas de fútbol fueron escritas en el EtonCollege en 1815. En el año 1948 se crearon las reglas de Cambridge en la Universidad del mismo nombre, las cuales se asociaron con el Fútbol Asociación; también conocido como fútbol o balompié a su vez se crearon nuevas reglas. Las reglas de Cambridge se escribieron en el Trinity College de Cambridge en 1848, en una reunión donde asistieron representantes de las distintas escuelas de Eton, Harrow, Rugby, Winchester y Shrewsbury, quienes fijaron tres principios básicos como: aplicación de la práctica, lógica en el juego y juego honesto. Sin embargo estas reglas no fueron aceptadas por todos los clubes participantes es así que no se pudo desarrollar ninguna actividad futbolística interescolar. En 1850 se crearon numerosos clubes en el mundo de habla inglesa, estos clubes no estaban

relacionados con escuelas y universidades, es así que estos clubes crean sus propias reglas de juego.

El 26 de octubre de 1863 en la Taverna de Freemason situada en la Great Queen Street de Londres, se celebró cinco reuniones para conformar las reglas de fútbol, entre los meses de octubre y diciembre de 1893, dando lugar al primer conjunto de reglas utilizadas de manera oficial. Once clubes al mando de Ebenezer CobbMorley, certificaron las trece reglas originales del juego. Las actuales reglas de juego las determina la Asociación de Fútbol Internacional Board (IFAB). La IFAB fue formada en 1886 después de una reunión en Manchester de las asociaciones de fútbol escocesa, galesa e irlandesa. En el año de 1937 y 1938 se formula las reglas actuales en un nuevo sistema de código basado en las antiguas reglas.

Los campeonatos de fútbol más antiguos se desarrollaron en el viejo continente con grandes equipos de renombres a nivel de selecciones y con una reglamentación de fútbol aceptada por todos los clubes. Es por eso, que el fútbol del viejo continente tiene una larga trayectoria en la formación de grandes futbolistas tanto así que su nivel de competencia es de alto rendimiento. Es por esta razón, que se considera al continente europeo como el padre y creador del fútbol. Hoy el fútbol se juega a un nivel profesional en todo el mundo, y millones de personas son atraídos por este deporte a través de sus equipos favoritos.

1.6.1. Fútbol femenino

Existen evidencias de la práctica femenina en este deporte desde el año 1894, donde hay constancia que hace unos dos años antes se registró el primer partido de futbol entre mujeres en Glasgow (Escocia).

Nettie Honeyball, una mujer luchadora por los derechos de la mujer, fundo el primer equipo de fútbol femenino con el nombre British Ladies Football Club.

Honeyball quería demostrar que la mujer también era capaz de practicar este deporte y encontrar un lugar en la sociedad que las suprimía.

Un hecho que marco a Inglaterra fue la Primera Guerra Mundial, ya que los hombres tenían que estar en los campos de batalla dando así pasó a que las mujeres participen de este juego, con la participación de la mujer se comienza a crear nuevos equipos como el Dick o el Kerr's Ladies. A pesar que el fútbol femenino llego a tener gran popularidad no fue reconocido oficialmente, esto conlleva a la formación de una Asociación, denominada English Ladies Football. Pese a los duros momentos que vivieron en 1969 se reincorporan a las competiciones y en el año de 1971, la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol UEFA, se encargó de gestionar y fomentar el fútbol femenino ya que en el año 1990 la Federación Internacional de Fútbol Asociación FIFA la oficializa legalmente como un deporte para mujeres.

El sacrificio y el esfuerzo por mujeres luchadoras a lo largo de la historia mostraron al mundo que el fútbol también es para las mujeres; esto dio paso a que en China se dé un campeonato experimental donde los equipos puedan participar, en 1991 se da el primer campeonato mundial donde el ganador fue Estados Unidos.

En la actualidad el fútbol femenino está considerado como una disciplina deportiva, pero en países de América latina, África y países asiáticos como el Islam este juego está retrasado en la práctica por su bajo poca aceptación de la sociedad machista que les excluye de este deporte.

El interés de las mujeres por la práctica del fútbol como deporte nace desde el año 1970, este tipo de deporte se lo practica en escuelas, colegios, universidades y sobre todo en ligas barriales donde existe la afluencia de público masivo para ver este tipo de encuentros, que llama la atención a todo tipo de personas: el fútbol femenino se juega bajo las mismas líneas que el de los hombres, respetando las reglas establecidas en la práctica de este deporte. En la actualidad existen varios

equipos de fútbol femenino a nivel profesional y semi profesional, es por eso que con el pasar del tiempo la audiencia asiste a estos partidos. El primer mundial de fútbol femenino se lo realizó en el año 1991 donde participaron doce selecciones a nivel mundial. Desde el año 1991 este deporte ha alcanzado un nivel internacional de gran importancia.

1.6.2 Fútbol femenino en el Ecuador

En el Ecuador han transcurrido varios años y las mujeres siguen luchando por tener un espacio en la práctica de este deporte que es considerado particularmente para varones. Hace once años Ecuador era el país a nivel de Sudamérica que no contaba con una selección de fútbol femenina ni mucho menos con una participación a nivel profesional. En los últimos años el fútbol femenino va ganando un importante espacio en la sociedad luchando contra el machismo severo, la política, malos directivos y sobre todo falta de recursos económicos para que este juego sea practicado por el género femenino y así tener clubes de fútbol profesional que representen a nuestro país para tener avances considerables en el balompié femenino.

En el 2012 la selección ecuatoriana de fútbol femenina pasa a formar parte del campeonato Sudamericano donde logra abrir nuevas oportunidades a generaciones de futbolistas ya sean niñas, adolescentes y mujeres con más ganas de sobresalir en este deporte para así crear sólidos cimientos en un juego que apasiona a todo el Ecuador y el mundo entero.

1.6.3 Mujeres en el fútbol barrial

Las mujeres desde varias épocas atrás han querido ser protagonistas en la práctica del fútbol, pero no eran consideradas para practicar este tipo de deporte ya que se pensaba que la mujer no contaba con las condiciones físicas de una atleta sino que solo era para ser madre y ama de casa.

Para Carrión (2014) “La historia de las mujeres en el deporte como parte de la vida social ha sido de segregación. Eso queda demostrado en su participación minoritaria en todas las competencias deportivas a nivel internacional y en el menor apoyo que reciben. Desde la antigüedad, el ejercicio físico era pensado solo para las “mujeres míticas”, como las “amazonas”.(CARRIÓN, Fernando y RODRÍGUEZ María José, “Luchas Urbanas Alrededor del fútbol” Quito-Ecuador (2014)) 31

A través de la historia, las mujeres en la práctica del fútbol han sido rechazadas por no tener las condiciones físicas, tácticas y técnica para ejercer este deporte, desde la antigüedad el ejercicio físico no era pensado para las mujeres sino solo ser amas de casa y madres para mantener a sus hijos. No es raro escuchar en nuestra sociedad expresiones como “machonas” y “marimachas” cuando se ve jugar a una mujer con un balón.

Un estudio realizado en la ciudad de Quito muestra que las mujeres participan en las ligas barriales, es decir, un grupo de mujeres comunes y corrientes de distintas edades decidieron practicar este deporte gracias a su espíritu y su determinación. Es por ello que llegaron a ser partícipes en las ligas barriales. Son mujeres quienes participan de estos campeonatos barriales que siempre van acompañadas de sus hijos, esposos y familiares, no son el prototipo de una mujer profesional de fútbol sino son las ganas de practicar este deporte y demostrarse a ellas mismas que son capaces de jugar al fútbol sin impedimento alguno.

Hoy en día América Latina cuenta con selecciones de fútbol femenina y campeonatos internacionales, donde se muestra el potencial del fútbol latino en mujeres; es decir, que este deporte no solo lo practica los varones sino que ahora también lo practica las mujeres y hay campeonatos nacionales donde ellas demuestran su destreza con un balón, para así llegar a ser parte de una selección nacional de fútbol.

Si bien es cierto Europa, Asia y Estados Unidos son una potencia en este deporte es porque en estos países se dan campeonatos a nivel de escuelas y universidades y sobre todo cuentan con equipos de fútbol profesional y a nivel del Ecuador el fútbol femenino recién está tomando forma gracias a una buena participación de la selección femenina en la Copa América femenina desarrollada en nuestro país en el mes de septiembre del 2014 donde la “Tri” femenina consiguió por primera vez un cupo a un mundial femenino.

1.7 Sociedad

El ser humano se desarrolla en torno a una sociedad, bajo un política que rige a un país, democracia e igualdad de derechos para todas las personas que lo conforman, organizada para lograr un objetivo grupal y por ende el bienestar de los miembros, la sociedad depende de uno a otro sin importar su ideología, religión, raza, conviviendo en paz y cumpliendo con sus obligaciones y derechos del país que vive.

Bernar (2010) “Sociedad es el grupo de personas que viven en comunidad, ocupando un territorio, empezando a organizarse con distintos grupos sociales, compartiendo su existencia correspondiente.”(BERNAR, Cesar “Metodología de la investigación” tercera edición (2010) pág. 7-8.) ³²

Para los autores del proyecto la sociedad es el conjunto de personas que viven de manera organizada para lograr fines en común, obedeciendo a ciertas normas y reglamentos, quienes conforman una sociedad pueden ser personas de diversos antecedentes, grupos étnicos, culturas, ideología.

1.7.1 La sociedad hace catorce años atrás.

A inicios del siglo XX la sociedad se va desarrollando e incursionando en el mundo tecnología y la globalización, manteniendo formas de comunicar

tradicionales en ocasiones y otras desechándolas por caducas, sin embargo la sociedad va evolucionando día a día y el dialogo entre dos o más personas no es frecuente como lo solía ser hace veinte años atrás.

Gutierrez (2002) “Sociedad es el grupo de personas unidas con el fin de sobrevivir, se relacionan de acuerdo a los niveles de necesidad y también la capacidad, están vinculados hombres y mujeres a una convivencia. Tienen que tener normas de pensamiento, representar a sus propios intereses de cada época, por otra parte las relaciones sociales deben partir de un hecho fundamental de pensamiento que permita el desarrollo de los seres humanos.” (GUTIERREZ, Abraham “Filosofía” Quito-Ecuador (2002) pág. 312.) ³³

La sociedad va cambiando con el pasar del tiempo, con los avances científicos y tecnológicos por lo que en la actualidad, la sociedad tiene características, rasgos y diferentes realidades a la de hace pocos años, se ha beneficiado de aparatos tecnológicos que antes ni existían, formas de educación modernas, pero lamentablemente se han perdido valores morales y éticos. Los rasgos de la sociedad se desarrollan conforme al núcleo de la misma, la familia, de ahí promueve los principios que rigen a un grupo más numerosos.

1.7.2 Historia de la Sociedad

La disciplina y la organización del trabajo se mantenían por la fuerza de la costumbre, la tradición, o por la autoridad y el respeto personificado en los ancianos de la tribu y muchas veces, en las mujeres. Pero no había una categoría especial de individuos dedicados exclusivamente a gobernar y que dispusieran, para ello, de un aparato de violencia para coaccionar a los otros: No era necesaria ni posible la existencia del Estado. Era una sociedad comunista primitiva. El desarrollo incipiente de las fuerzas productivas determinaba condiciones de vida muy rudimentarias.

Borchart y Moreno (1997) “En la prehistoria de todos los pueblos existió un comunismo de tribu: Una sociedad sin clases sociales y sin Estado. Pequeñas colectividades de individuos libres, unidos por vínculos de parentesco, que producían en común (colectivamente) y utilizaban la tierra en bien común. El producto social se distribuía de acuerdo a las necesidades. No había propiedad privada, es decir que unos tuvieran medios de producción y otros no y como apenas se obtenía lo necesario para sobrevivir, todos debían trabajar. Nadie podía vivir a costa del trabajo de otros.”(BORCHART, Cristiana y MORENO, Segundo “Crónica Indiana del Ecuador Antiguo” EDICIONES Abya Ayala Quito-Ecuador (1997) pág. 39) ³⁴

El desarrollo de la producción exigió e hizo posible la división social del trabajo, diferenciándose nuevas funciones y tareas. Jefes y sacerdotes se ocuparon de dirigir y organizar el trabajo. Esto fue posible cuando el excedente de productos pudo sustentar a esas personas que no participaban de la producción directa. Creció la población y se agruparon varias comunidades en unidades mayores. Con el tiempo, crecieron las diferencias entre dirigentes y dirigidos. Los sectores dirigentes se fueron apropiando de tierras de la comunidad y, en un largo proceso, se fue disolviendo el régimen de propiedad colectiva y se pasó, poco a poco, al régimen de propiedad privada de parcelas de tierra. Se desarrollaron desigualdades entre familias ricas y pobres.

1.7.3 Estructura de la Sociedad.

La estructura de una sociedad está compuesta por individuos que la integran, por relaciones que los unen y por las normas, costumbres e instituciones. Aunque todo sistema social posea una estructura, no todos poseerán la misma.

Según Karl Marx afirma que: “Hay un resultado material, una suma de fuerzas productivas, una relación con la naturaleza y entre los individuos históricamente creada y transmitida a cada generación por

la que le precede, una masa de fuerzas de producción, de capitales y de circunstancias que, por un lado, la nueva generación modifica pero que, por otro lado, le dictan las propias condiciones de existencia y le imprimen un desarrollo determinado, un carácter específico. Muestra, pues, que las circunstancias hacen tanto al hombre como el hombre hace las circunstancias” (Marx, 1968, pág. 74 .).

Las instituciones en sociología se entienden como un sistema de normas que responde a una necesidad social y que constituye una cristalización de las pautas que regulan determinados comportamientos. Cuando el sistema de normas se independiza de los individuos de los que ha surgido, se puede hablar ya de institución. Ej.: el matrimonio, la propiedad privada.

Se debe identificar los patrones culturales en base a los cuales generan los roles de las mujeres, entorno a la práctica del fútbol, por ende es necesario contemplar en rol de la mujer en la sociedad y los deportes, para su importancia dar a conocer en los medios radiales como los programas deportivos.

1.8 Programas Deportivos

En las empresas radiales deportivas han tenido un mayor movimiento en los últimos años con la llegada de la radio digital, que está relacionada con el fútbol y existen programas para todos los gustos, una de estas radios digitales es radio La Red que transmiten partidos de fútbol como es la Copa USFQ (Universidad San Francisco de Quito) es el medio que más acogida le da al fútbol femenino aún más cuando se trata de un campeonato de renombre.

Zambrano (2001) "El estilo radial deportivo es la expresión exacta de la palabra sincera directa y efectiva del periodista. Es hablar bien, es la cualidad del mensaje con la característica personal del comunicador, su pensamiento y expresión en lo que dice a través de la radio. Es la forma de expresarse con tanta claridad y discernimiento que sus oyentes no

tengan ninguna dificultad para entenderlo" (ZAMBRANO, Ayala "Motivación en la actividad física y deportiva". (2001) pág.) 35

Es decir, que cada narrador tiene su propio estilo para narrar un partido de fútbol y que el oyente puede reconocer o identificar quien está relatando el juego ya que sus narraciones deportivas son muy particulares y que permiten reconocerlos con facilidad.

Los programas deportivos manejan un estilo único que transmiten al oyente emociones que se viven dentro de los espacios deportivos aún más cuando se relata un partido de fútbol.

El lenguaje que se utiliza debe custodiar una relación con el tema que se va a tratar, el locutor que este transmitiendo la información debe tener una noción amplia del tema que permita explicar con facilidad en situaciones imprevistas, las emisoras que se va analizan a continuación ofrecen su señal en AM y FM, también tienen sus fan page como Radio Novedades que se puede mirar sus programas.

1.8.1 El Programa Radial

El medio de comunicación como: Televisivo, vía on line o radio tiene su determinado programa que es aceptado por la sociedad, enganchando a las personas con un segmento en específico, dando como producto alto interés por parte del radioescucha por el programa transmitido, como nos manifiesta el siguiente autor.

Según Castillo (2004) "Un programa radial es un "producto" que debe comprarse y venderse en el buen sentido de la palabra, evidentemente por los anunciantes"(CASTILLO, Johan "Historia y Técnica de la Radio" (2004), pág. 36) 36

Desde hace mucho tiempo los programas radiales han sufrido grandes cambios, es decir que cuando se iniciaba una programación siempre se escuchaba orquestas sinfónicas en vivo o se daba lecturas a poesías, además se transmitía dramas, comedias, radio novelas, y otro tipo de programa que hoy han pasado a ser parte desde la aparición de la televisión.

1.9 Lenguaje radiofónico deportivo.

Sin embargo, no todos los formatos que se encuentran en la programación radiofónica muestran un mismo nivel de intervención de la palabra. Estos se nutren de los sistemas más apropiados para cumplir con los objetivos propuestos, es decir, un programa musical debe valorar la presencia de la música por encima de la de la palabra, mientras que en un informativo el discurso verbal será el que predominará.

Pero pese a estas tendencias, que podrían denominarse generales, una audición de análisis muestra que los índices de intervención de los sistemas no verbales son mínimos y, cuando intervienen, la estandarización se convierte en la norma.

El conocimiento del lenguaje radiofónico en su conjunto habilitará al emisor para la construcción de productos radiofónicos más creativos en los que cada sistema ocupe el lugar que le corresponda aportando la riqueza de matices que se desprenden de su capacidad expresiva.

A ello, debe añadirse el mantenimiento de los parámetros lógicos y coherentes del formato programático sobre el que se deba actuar, ya que un informativo de actualidad puntual no se rige por los mismos cánones que uno especializado diario o de frecuencia semanal, al igual que un programa humorístico no puede resolverse de la misma manera que un musical informativo.

En resumen, el emisor debe tener un dominio excelente sobre las características del lenguaje radiofónico y adecuar sus expectativas a las líneas generales que

definen los formatos, tanto si su deseo es respetarlas como propiciar innovaciones experimentales. Cada una de las formas sonoras y no sonoras que configuran este lenguaje puede cumplir diferentes funciones en el seno de un producto radiofónico y es a partir de ese cumplimiento que determinan su significado.

Los recursos técnicos expresivos de las formas sonoras y no sonoras, junto con los que emergen de las características propias del medio, deben estar presentes en la construcción de los mensajes radiofónicos.

La palabra.- La palabra es indispensable para comunicar a los oyentes de una manera natural sin exageraciones, la palabra debe cautivar al oyente y llevarlos a un mundo de imaginaciones o escenas relacionadas con el mensaje que recibe del narrador.

La música.- Es una herramienta indispensable y fundamental para la ambientación de los mensajes radiofónicos, es decir la música da vida al lenguaje radiofónico y podemos ponerle ritmo a nuestra programación.

Efectos especiales.- Son usados a menudo en las pausas comerciales, historias, charlas narradas, para dar un suspenso a la historia, de este modo el oyente quedara enganchado a la sintonía, por otro lado son usados para cambiar la voz de un anuncio publicitario, definiendo ecos, subir, bajar, regular el spot publicitario.

El silencio.- Provoca atención e incertidumbre en la audiencia y en muchas ocasiones también es informativo e invita a la reflexión, por otro lado es importante recalcar que dura dos segundos en radio.

1.10. Qué es una representación social

Las representaciones sociales son imágenes o acciones de comportamientos que son propios o están relacionados a una cultura social, por medio del lenguaje común entre los miembros de una comunidad, dichas representaciones pasan a ser

parte de un elemento entorno a un grupo de personas, debemos tener claro las diferentes ideologías que contiene cada persona por ende se debemos considerar el pensamiento social como Moscovici manifiesta a continuación.

“se ven íntimamente relacionadas con el estudio de la sociedad y la cultura, porque a través de las representaciones, de imágenes y códigos, se pueden determinar lo que manifiesta cada cultura” (Moscovici 1961).

La investigación consta de representaciones sociales en su mayoría por ende se considera fundamental la aportación del autor, cuyas representaciones tienen un origen social, es decir que surgen a través de una transformación cultural en la comunidad, con características y construcciones mentales que actúan como motores del pensamiento, funcionan y perduran con independencia en tales o cuales individuos desempeñan funciones sociales específicas orientando la interpretación, construcción de realidad y guían conductas y relaciones sociales entre los individuos de un mismo sistema.

Por otro lado las representaciones también conllevan a construirse de varias maneras como simbólicas en un sistema con personas que pueden compartir una cultura, tradición, pero sin llevar una misma ideología, perdurando el individualismo convencional, por esa razón se hace referencia a Vasilachis manifestando que las representaciones sociales son.

“construcciones simbólicas individuales y/o colectivas a las que los sujetos apelan o las que crean para interpretar el mundo, para reflexionar sobre su propia situación y la de los demás y para determinar el alcance y la posibilidad de su acción histórica”. (Vasilachis 1998).

Se puede entender que las representaciones sociales son un elemento exclusivo dentro de una cultura, que están exteriorizadas a un cambio significativo para ajustarse a un periodo auténtico de cada cultura que existe.

Las representaciones sociales son conceptos, imágenes, palabras, así como los códigos culturales, cada cultura tiene su momento histórico y en determinado tiempo evoluciona, los conceptos culturales no deben ser estáticos, al igual que la sociedad deben estar en constante cambio, crecimiento y transformación.

1.10.1 Representaciones sociales en los medios de comunicación

Los medios de comunicación son los encargados de ejercer o emitir una realidad social a través de la palabra y la información al implantar o edificar representaciones sociales que ayude a la sociedad y no a lo mercantil o institucional al que pertenecen.

Cada medio de comunicación como: Televisión, la prensa, la radio o medios digitales, se acoplan a un entendimiento informativo, identificándose a un estrato social diferente.

Los medios de comunicación como empresas generadoras de información, responden a un método que se denomina oferta y demanda, ya que a su vez también están ligados a intereses sociales, políticos, económicos particulares.

Boni (2008) dice “Los contenidos de los medios de comunicación nos ofrecen continuamente, en las imágenes del cine y de la televisión, en los relatos de la prensa, en los sonidos y las voces de la radio, representaciones de nuestro mundo, de las cosas que nos ocurren, de las personas que las protagonizan...además de que constituyen recursos, porque ofrecen imágenes de realidad que confirman, integran, corrigen, los mapas cognitivos de los individuos.”(BONI, Federico “Teorías de los Medios de Comunicación”. Barcelona: Editorial: (2008). Universidad Autónoma de Barcelona. Pág.172, 174) 40

Es decir, que los medios de comunicación como la radio es una empresa de comunicación representativa del formidable monopolio, donde el marketing es enorme, pasan a ser transmisores directos de lo que pasa en un barrio, comunidad

o ciudad, y sus principales protagonistas es la sociedad, es la radio la que deja oír su voz popular.

1.10.2. Género

Consta de masculino y femenino para identificar a las mujeres y hombre dentro de una sociedad, dando un valor importante a los dos sexos, conviviendo dentro de un mismo círculo, culturas, políticas, tradiciones, dependiendo del contexto en el cual se vive, país o continente, por ejemplo en la India las mujeres cubren el rostro con un manto, por su religión e ideología que no las permiten manifestar de acuerdo a otros países.

A nivel mundial existen varios organismos que trabajan para el bienestar de la mujer como: Derechos Humanos que trabajan para contrarrestar ciertos paradigmas, estereotipos que se crean en la sociedad, por ende la UNESCO (Convención sobre la eliminación de discriminación contra la mujer) trabaja en torno al género lo cual manifiesta:

*“Según el artículo emitido por la UNESCO afirma que “Por género se entienden las construcciones socioculturales que diferencian y configuran los roles. Las percepciones y los estatutos de las mujeres y los hombres de una sociedad. Por igualdad de género se entiende la existencia de una igualdad de posibilidades en realizar la vida que deseen. Actualmente se reconoce a nivel internacional que la igualdad de género es una pieza clave del desarrollo sostenible”. (UNESCO” Convención sobre la eliminación de discriminación contra la mujer”)*pág 24 -32.

Como investigadores del presente proyecto, se considera que la materia de igualdad sea evaluada y analizada con medidas claves, como el trato que se merece tanto en hombre y la mujer hoy en día, como manifiesta el artículo el género es una pieza fundamental para el desarrollo sostenible dentro de una sociedad, por ende no es una guerra de poder en cual un solo sexo resulte

ganador, al contrario el objetivo es convivir de manera constante sin juzgar ideologías, culturas, etnias, políticas, estatus económico.

Las actitudes de percepciones culturales con respecto a la igualdad de género han evolucionado en los últimos años en algunos países, considerada como consecuencias de estas intervenciones focalizadas y de los progresos realizados en la medición de resultados, esta evolución es fundamental en lo que respecta tanto a la sostenibilidad de la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer, siguen siendo negativos en la sociedad y continuamente se involucran tradiciones, como lo manifiestan el Fondo de Poblaciones de las Naciones Unidas (UNFPA),

“los valores culturales deben armonizar con las expectativas acerca de los derechos humanos, es decir las prácticas o tradiciones que este conflicto con los derechos universales de las personas deben adaptarse a las normas y los marcos establecidos universalmente y acordados por la comunidad internacional por ejemplo Declaración Universal de Derechos Humanos, la Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer.”(UNFPA. Estado de población mundial. Ambitos de convergencia cultura, género y derechos humanos) (2008),pág 9 -16.

Se considera relevante la información que aporta la (UNFPA), para el presente trabajo investigativo, tomando en cuenta que varios años atrás no se daba relevancia a temas como la violencia contra la mujer, existiendo ya los derechos humanos y otras organizaciones que aportan para la equidad de género a nivel internacional sin importar la cultura, ideología, religión que contenga algunos países, dando como resultado una igualdad de género se podría decir.

Dentro de género debemos diferenciar que es igualdad y equidad de género, tomando en cuenta el primer punto como investigadores se obtuvo un artículo en la red manifestando sobre igualdad de género:

“Se define como igualdad de derechos responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres, las niñas y los niños la igualdad no significa que las mujeres y los hombres sean lo mismo, sino que los derechos, responsabilidades y oportunidades no dependen del sexo con el que nacieron. La igualdad de género supone que tengan en cuenta los intereses, necesidades y prioridades tanto de las mujeres como los hombres, reconociéndose la diversidad de los diferentes grupos de Mujeres y hombres”.([http://www.un.org/womenwatch/conceptsanddefinitions,htm.](http://www.un.org/womenwatch/conceptsanddefinitions.htm))

Como investigadores consideramos un aporte el presente artículo, dando a conocer que la igualdad de género son las oportunidades que poseen de acuerdo a las oportunidades de cada persona, su comportamiento, cultura, tradiciones no son condiciones que impone la sociedad para ser iguales, por ende tanto mujeres como hombre tienen los mismos derechos y responsabilidades dando como resultado a una igualdad de género.

La igualdad consta de mantener los mismos derechos tanto para la mujer y el hombre, como manifiesta la constitución de nuestro país que dice cada ciudadano tiene derecho a elegir y ser elegido; considerando también como igualdad de género, derechos y condiciones.

Por otro lado debemos tomar en cuenta la equidad de género que en los últimos veinte años según datos estadísticos de la Asamblea gubernamental de las Naciones Unidas, mismas que argumentan sobre la equidad de género que:

“Se define como la imparcialidad en el trato que reciben las mujeres y los hombres de acuerdo con sus necesidades respectivas. Ya sea un trato igualitario o con uno diferenciado pero que se considera equivalente en lo que se refiere a los derechos los beneficios, obligaciones y las posibilidades. En el ámbito del desarrollo un objetivo de equidad de

género a menudo requiere incorporar medidas encaminadas a compensar las desventajas históricas y sociales que arrastran las mujeres”.

Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer (1993)art.resolución A/RES/48/104 de la Asamblea gubernamental de las Naciones Unidas).

La equidad de género es importante en la actualidad para la mujer y el hombre, sin importarla ideología, religión, cultura que practiquen; sin confundir la igualdad con equidad, estos dos puntos son importantes para el desarrollo de una sociedad moderna en cual los dos géneros estén parejos ya sea en el trabajo, cultura, convivencia.

Como manifiesta el artículo la equidad es un derecho para todas (os), dejando a un lado los prejuicios y estereotipos que contiene la sociedad, creando ideas imaginarias de la equidad, esto suele suceder por la falta de información dentro de una sociedad, por otro lado tenemos que recalcar que la mujer ha venido luchando para obtener los mismos derechos e igualdad que los hombre con varias organizaciones como la Asamblea gubernamental de las Naciones Unidas.

1.10.3 Machismo

Para Buñuel (1998) “No es de extrañar que las mujeres prefieran mayoritariamente actividades físico-deportivas elegantes, graciosas, que estén de acuerdo con el modelo femenino socialmente aceptado y personalmente interiorizado.”(BUÑUEL, Ana “MUJER MACHISMO Y DEPORTE” (1998), pág. 277) ⁴⁴

En la sociedad actual que se vive aún existe el machismo en diferentes contextos y ámbitos, el fútbol no es la excepción en este caso, como nos manifiesta la autora existen el deseo de practicar este deporte por mujeres que rompen el tabú, mitos y tradiciones que contiene la sociedad actual, por ende hoy podemos observar a varias mujeres en las canchas de fútbol disfrutando de este deporte, no solo

pueden verlo como un pasatiempo temporal si no a un futuro profesional y llegar a jugar en equipos profesionales.

Boolstiftug (2002) manifiesta que para miles de mujeres, ese deseo es anulado desde la infancia: “El fútbol no es para niñas”, es la frase que más escuchan aquellas que quieren vivir de la patada. “Hay hombres que viven del fútbol, independientemente de que sean muy buenos o muy malos, pero viven del fútbol. Para una mujer eso es imposible”, dice Elia Echeverría, de profesión física Ay, Andrea !Tú fútbol es un capricho, loj” . Mío es un trabajo”, cuenta Andrea Rodebaugh, exfutbolista profesional y entrenadora de fútbol.”(BOOLSTIFTUG, Heirich “Las mujeres en el fútbol: una mirada feminista” (2002)) 45

La sociedad a través del tiempo crecieron con el tabú del machismo y el feminismo, con ideologías mal infundidas desde el hogar mismo y parte de su educación en establecimientos, categorizando tanto a mujeres y hombres de distintos parámetros inexistiendo la igualdad de derechos: Para varias personas inmersas en el fútbol femenino es normal observar que una niña sienta la necesidad de jugar con un balón, o un niño jugando con muñecas o figuras de acción esto no quiere decir que la niña o el niño sienta preferencias erróneas o en cuestión de género.

CAPITULO II

2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1 CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO DE INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se detalla la metodología que será utilizada para el tratamiento del problema planteado, indicando el tipo de investigación, la operación de variables, la población y muestra del objeto de estudio, la aplicación de instrumentos así como la encuesta, entrevistas que fue realiza a jugadoras de fútbol, entrenadores y periodistas deportivos para así llegar definitivamente a la tabulación de datos.

2.1.1 BREVE CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO DE LA RADIO NOVEDADES

Radio Novedades fue fundada el 5 de octubre de 1984 por parte de los señores Luis Gamboa Tello y Don Jorge Erazo, la Radio Novedades se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga y su frecuencia es de 1.100khz, su cobertura abarca cuatro provincias como son: Tungurahua, Cotopaxi, parte de Pichincha y los Ríos. En el año 1986 don Jorge Erazo llega a un acuerdo mutuo con el Señor Luis Gamboa quien compra todas las acciones de la radio y pasa hacerse cargo definitivamente como propietario legal de la emisora, quien con más de 35 años de experiencia en la radiodifusión revoluciona este medio con programas innovadores para la colectividad latacungueña y uno de estos es “Solo Deportes” es un programa de análisis deportivo el cual se transmite todos los días de la semana en un horario cómodo de 13h00 a 16h00, esta emisora es muy

popular en la colectividad y sobre todo llega a los estratos sociales de clase media y su actual gerente es el señor Oscar Fabricio Erazo.

MISIÓN

a) Para informar cuenta con un equipo completo de comunicadores que día a día, sin horario tiene a la ciudadanía al tanto de lo que sucede en el cantón, provincia, país e inclusive de la nota de relieve a nivel mundial.

b) Orientar.- este es el espacio dedicado al análisis, comentario, opinión, respetando siempre el criterio de los oyentes que no concuerdan con lo que dicen sus comunicadores para esto RADIO NOVEDADES, incluso, mediante llamadas telefónicas, da la oportunidad a sus oyentes para que emitan sus puntos de vista, con lo cual se demuestra fehacientemente que existe el pluralismo y practica al ciento por ciento la democracia.

c) Educar.- mediante una didáctica adecuada se señala lo que según la constitución, leyes, decretos, ordenanzas etc. Tiene que hacer los oyentes. Jamás se busca imponer el criterio de la radio, y se respeta el pensamiento, aunque sea contrario de sus miles de escuchas.

d) Entretener.- amas de lo anterior que siendo un 90% informativo, la emisora no ha descuidado el mantener a su público bien entretenido, con varios programas especiales de música, deportes, musicales, etc.

VISIÓN

Llegar al mayor número de oyentes para con una constante variación, tanto en la forma como en el fondo, de la programación diaria, teniendo en cuenta sobre todo la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), tener diferentes segmentos, que siempre tenga al oyente como su principio y fin.

2.1.2 BREVE CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO DE LA RADIO ELITE

Elite radio 103.3 fue creada en 1992 por parte del señor propietario y gerente Guido del Toro Viteri, la radio elite llego con una programación nueva y refrescante para toda la provincia de Cotopaxi además cubría las provincias de Tungurahua y Chimborazo, conservaba una programación regular sin programas aún, al pasar los años y tras ganar popularidad entre la sociedad laticungueña, incremento sus trasmisiones para la sociedad como programas más dirigidos para amas de casa en la mañana, pues ellas pasaban en la casa por la mañana y mientras realizaban sus actividades sintonizaban la emisora.

Al transcurrir el tiempo en el aire, deciden sacar un programa llamado elite deportes al medio día, al inicio transmitiendo partidos del reconocido Deportivo Saquisilí, en el estadio la Cocha, pero a medida que fue tomando poder en la audiencia fue informando más detalles de del fútbol a nivel local, nacional e internacional, hoy en día tienen el horario de doce del mediodía a dos de la tarde.

2.2 DISEÑO METODOLÓGICO

El presente trabajo está basado en la investigación descriptiva, por lo que se realizara formas adecuadas que consientan en conocer, si saben o no las jugadoras, entrenadores de la selección de fútbol femenino de la universidad de la existencia de programas deportivos que hablen de fútbol femenino.

Investigación bibliográfica

En esta investigación nuestro objetivo es ampliar nuestros conocimientos basándonos en diferentes autores que hablen sobre el tema presentado para la investigación, la investigación se realizó en diferentes fuentes específicas como:

libros, revistas, textos digitales del internet, tesis de diferentes universidades y páginas web que fueron de ayuda para la elaboración de cada capítulo.

Investigación de campo

Esta investigación se la realizó en las canchas de la Universidad Técnica Cotopaxi, donde entrena el equipo de fútbol femenino de la universidad, para así entrar en contacto con las chicas que practican este deporte que es reconocido a nivel mundial, de este modo analizando las problemáticas que hay al momento de realizar la investigación, de esta manera se pudo obtener información directa de fuentes verídicas.

De igual manera se utilizaron métodos:

Descriptivo.- Este tipo de metodología se utilizó en las entrevistas aplicadas a directores técnicos de fútbol, comentaristas deportivos, mujeres que practican este deporte.

Inductivo.- Este método fue utilizado en el marco teórico de la presente investigación, en primer lugar fue el pilar para obtener las categorías fundamentales, de este modo se construyó los temas y subtemas de las variables.

Sintético.- Este método fue utilizado para la recolección y elaboración de las conclusiones del trabajo investigativo, dando paso a las recomendaciones del problema planteado.

Estadístico.- Fue utilizado en el segundo capítulo de la investigación para la tabulación de datos, de este modo se puede evidenciar los porcentajes que arrojaron y si la propuesta es factible en la investigación.

2.3 MÉTODOS Y TÉCNICAS

Metodología

En la presente investigación se utilizaran los métodos mencionados en el objeto de estudio, de este modo obtendremos un resultado que aporten a la investigación empleando las técnicas y recolección de datos encuestas y entrevistas.

Técnicas metodológicas:

En nuestra investigación se utilizaron las siguientes técnicas:

- **La encuesta.-** Esta técnica facilitara la recolección de datos de manera estadística y precisa por el índice de la población que se encuestara, dirigido a la selección de fútbol femenino de la Universidad Técnica de Cotopaxi conjuntamente con sus entrenadores.

- **La entrevista.-** La entrevista fue dirigida uno de los cuatro entrenadores de fútbol femenino que existen en la ciudad, comentaristas deportivos, de esta manera se fundamentara la investigación.

La muestra de trabajo en la investigación está conformada por la selección femenina de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi, en la cual no se aplicará la fórmula por no ser un grupo amplio, los resultados recopilados serán útiles para llevar acabo la presente investigación.

2.4 CATEGORIZACIÓN DE VARIABLES UTILIZADAS

VARIABLE DEPENDIENTE

CUADRO N° 1

DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICE	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Representaciones sociales en la prensa radial:</p> <p>Las representaciones sociales son imágenes o acciones de comportamientos que son propios o están relacionados a una cultura social.</p>	<p>Aceptación.</p> <p>Preferencias.</p>	<p>Falta de igualdad en los derechos.</p> <p>Falta de información.</p> <p>Falta de programas que enfoquen la realidad distinta.</p> <p>Falta de interés por parte de la sociedad.</p>	<p>¿Considera usted que la falta de igualdad es un problema social?</p> <p>¿Considera usted que en existe machismo y feminismo en la sociedad actual?</p> <p>¿Considera usted que es sexista hablar de fútbol femenino en un programa radial?</p>	<p>Banco de preguntas.</p>	<p>Encuestas.</p> <p>Entrevistas</p>

2.5 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LA SELECCIÓN DE FÚTBOL FEMENINO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.

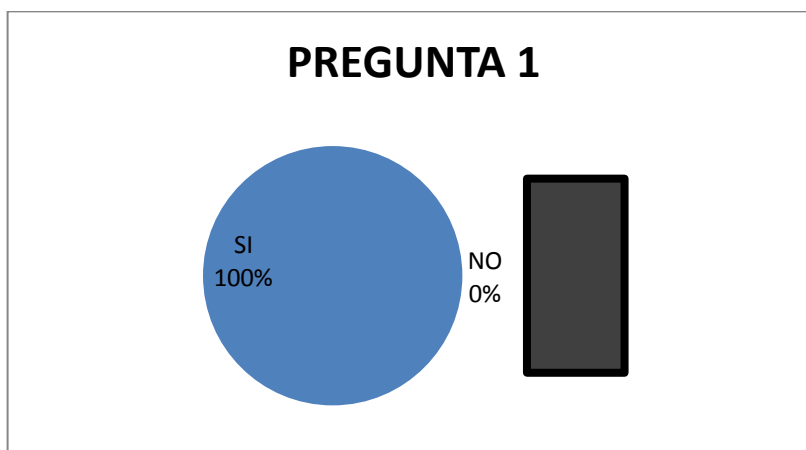
1: ¿ESCUCHA UD, LA RADIO?

TABLA N° 1

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	30	100 %
NO	0	0 %
TOTAL	30	100 %

Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

GRÁFICO N° 1



Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

ANÁLISIS: El cien por ciento de las personas entrevistadas respondieron que si escuchan la radio, pero no sin determinar sus preferencias como: programas de carácter informativo, educativo, entretenimiento, deportivo.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta es factible desarrollar la propuesta de la investigación en la radio, por la acogida que tiene el medio de información en la sociedad.

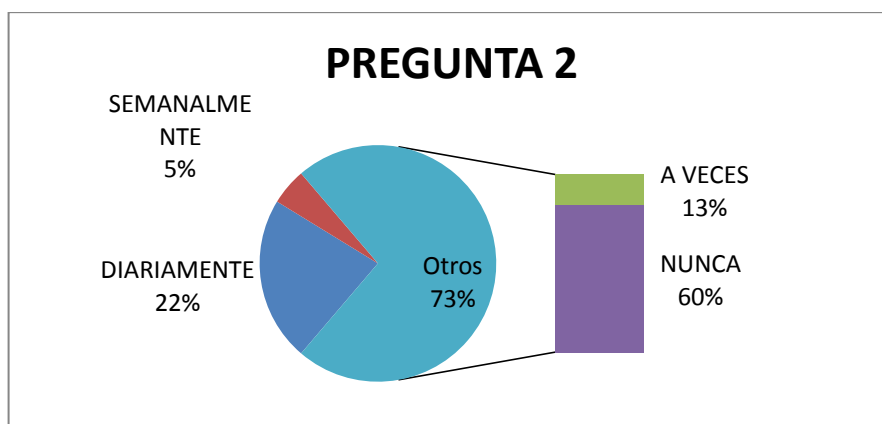
2: ¿CON QUE FECUENCIA UD. ESCUCHA LA RADIO?

TABLA N° 2

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diariamente	12	45
Semanalmente	4	10
A veces	8	25
De vez en cuando	6	15
Nunca	0	0
Total	30	100 %

Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apuglón.

GRÁFICO N° 2



Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apuglón.

ANÁLISIS: La encuesta nos demuestra que el 45 % de la ciudadanía escucha la radio, todos los días, de acuerdo a la programación de su preferencia, con la propuesta se pretende incrementar el consumo de la radio a través de nuevos segmentos dentro de programas existentes.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados obtenidos todas las personas sintonizan la radio en horarios determinados del día o la noche, por ende es beneficioso este punto por el hecho que el presente segmento se transmitirá por medio de la radio.

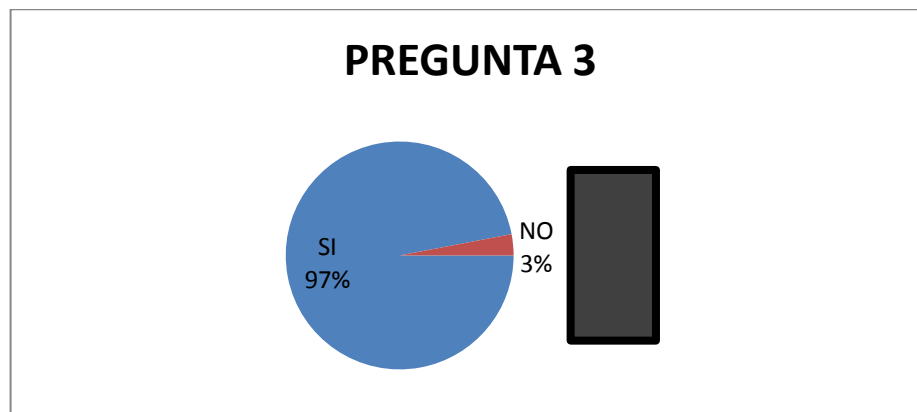
3: ¿SINTONIZA UD. LA RADIO NOVEDADES O RADIO ELITE?

TABLA N° 3

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	27	97
NO	3	3
TOTAL	30	100 %

Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

GRÁFICO N° 3



Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

ANÁLISIS: Un alto porcentaje de las chicas entrevistadas entre 19 y 21 años de edad, son consumidoras de programas radiales entorno al fútbol femenino, por otro lado también prefieren escuchar programas informativos que contengan segmentos de fútbol.

INTERPRETACIÓN: En la ciudad de Latacunga existen dos frecuencias que emiten programas deportivos todos los días de la semana laborable, recestando buena acogida en los radioescuchas, por ende la propuesta del proyecto será factible dentro de estos programas, de este modo se mantendría la audiencia y captar nuevos seguidores del programa radial.

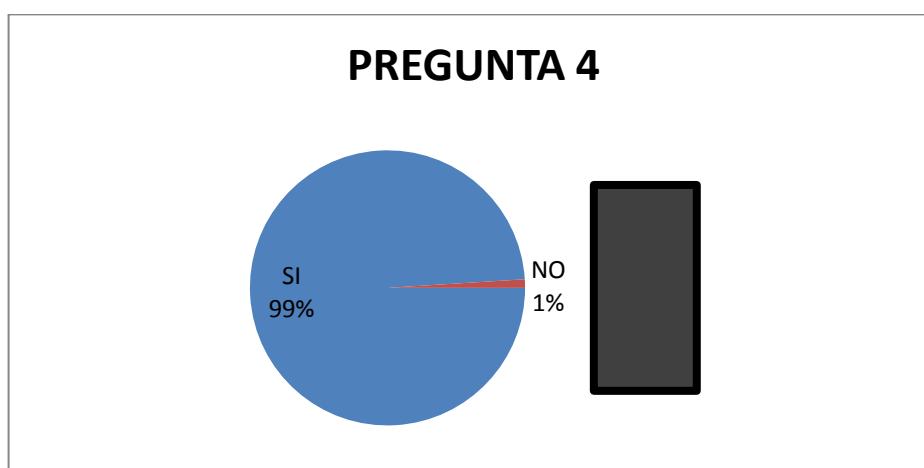
4: ¿ESCUCHA USTED PROGRAMAS RADIALES DEPORTIVOS?

TABLA N° 4

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	29	99
NO	1	1
TOTAL	30	100 %

Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

GRÁFICO N° 4



Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

ANÁLISIS: Los programas deportivos transmitidos por las dos emisoras de la ciudad, constan de información sobre el fútbol a nivel nacional e internacional, investigación actual sobre el deporte, un gran porcentaje consume este tipo de programas por su contenido y la hora de transmisión.

INTERPRETACIÓN: Las chicas encuestadas demostraron que escuchan la radio por el programa deportivo, sus notas periodísticas con información sobre el deporte a nivel nacional e internacional, demostrando un 99 % de incidencia de la radio sobre la sociedad.

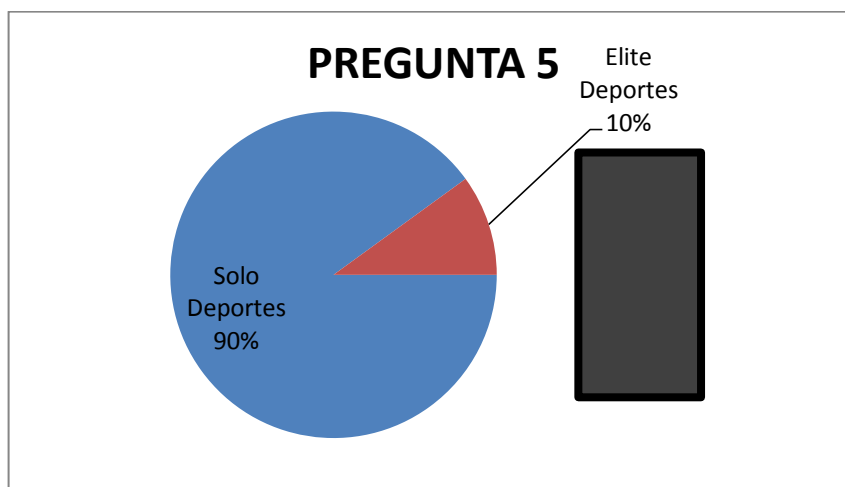
5: ¿QUE PROGRAMAS DEPORTIVOS ESCUCHA USTED?

TABLA N° 5

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Solo deportes radio novedades	20	90 %
Elite deportes al medio día radio elite	10	10 %
total	30	100 %

Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

GRÁFICO N° 5



Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

ANÁLISIS: En la ciudad de Latacunga transmiten dos programas deportivos, “Solo Deportes” en radio Novedades en el horario de 2 pm a 4 pm, mismo que tiene aceptación en la ciudadanía que gusta del deporte, por otro lado radio Élite presenta “Elite deportes al medio día” con una acogida aceptable.

INTERPRETACIÓN: El programa con mayor aceptación según la encuesta es de radio Novedades, además con treinta años de experiencia en el ámbito deportivo, un dato importante para la propuesta del proyecto.

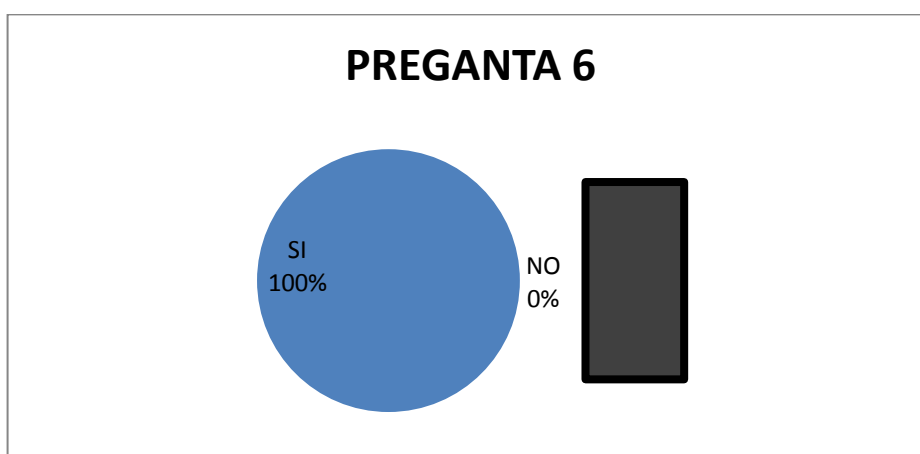
6: ¿LE GUSTA A UD. EL FÚTBOL FEMENINO?

TABLA N° 6

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	30	100 %
NO	0	0 %
TOTAL	30	100 %

Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

GRÁFICO N° 6



Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

ANÁLISIS: Las chicas encuestadas practican el fútbol todos los días, escuchan programas deportivos pero les gustaría que comenten del juego femenino en sus diversos ámbitos como internacional, nacional, regional, para mantenerse informadas de este deporte.

INTERPRETACIÓN: Las personas encuestadas día a día practican este deporte y por ende les gustaría que exista un programa de deportes en el cual se presente un segmento dirigido al fútbol femenino, de este modo estar informado sobre los acontecimientos de este deporte a nivel internacional, nacional, local.

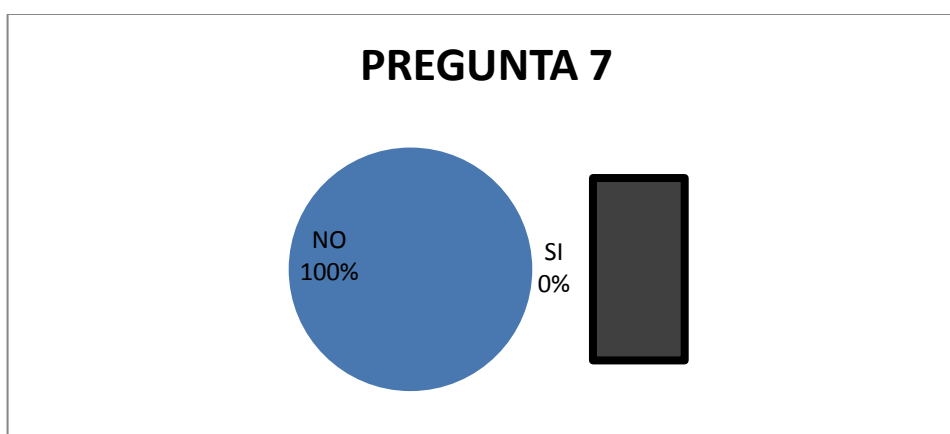
7: ¿USTED CREÉ QUE LA MUJER SE VUELVE MENOS FEMENINA AL PRACTICAR EL FÚTBOL?

TABLA N° 7

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	0	0
NO	30	100
TOTAL	30	100 %

Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

GRÁFICO N° 7



Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

ANÁLISIS: Las chicas encuestadas concuerdan que debe existir más relevancia en el deporte femenino a nivel provincial, con los aportes de las respectivas autoridades como Federación Deportiva de Cotopaxi, impulsando el deporte en el cantón.

INTERPRETACIÓN: La provincia de Cotopaxi realiza eventos deportivos entorno al fútbol femenino, cada año realizando campeonatos en diferentes escenarios de la provincia, para dar a conocer estos hechos es necesario la colaboración de la prensa escrita, televisiva o radial en este caso, dando seguimiento a este deporte para informar a la ciudadanía los avances que presenten, no transmitir solo partidos relevantes.

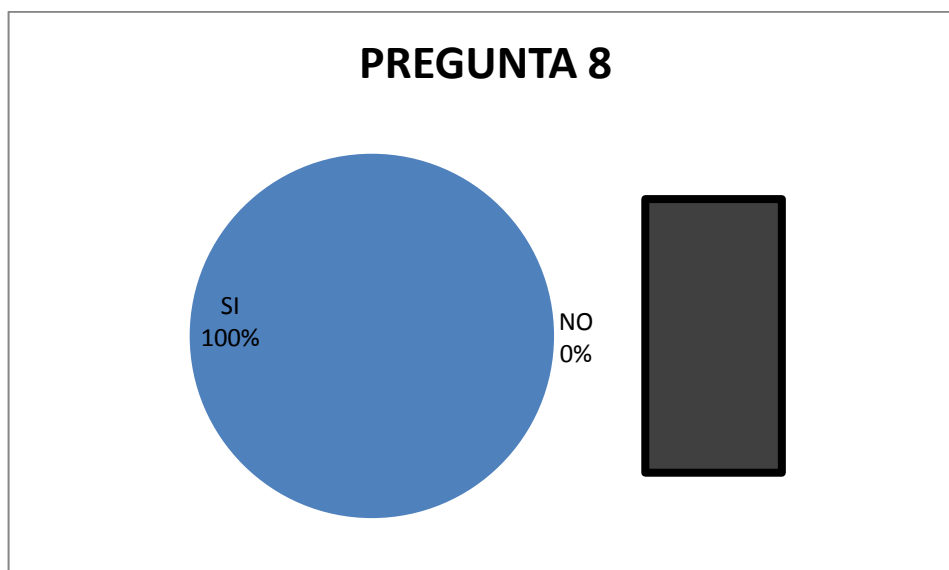
8: ¿CREE UD. IMPORTANTE LA PRÁCTICA DEL FÚTBOL FEMENINO A NIVEL PROVINCIAL?

TABLA N° 8

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	30	100 %
NO	0	0 %
TOTAL	30	100 %

Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

GRÁFICO N° 8



Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

ANÁLISIS: Correspondiente la pregunta 8 de la encuesta realizada a las chicas que practican el deporte del fútbol de la zona central de Latacunga el 100 % corresponde a que apoyan al fútbol femenino a nivel provincial.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo con los resultados obtenidos en la presente encuesta si es necesario que se difunda más el fútbol femenino a nivel provincial, siendo de preferencia con una información radial y un programa que lleva al aire más de treinta años.

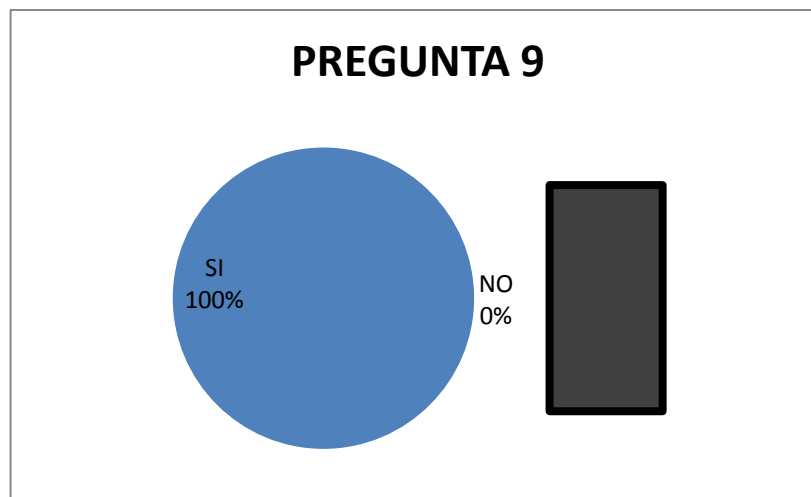
9.- ¿CONSIDERA USTED QUE DEBERIA EXISTIR UN ESPACIO RADIAL DEPORTIVO DE FÚTBOL FEMENINO EN LA CIUDAD?

TABLA N° 9

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	30	100
NO	0	0 %
TOTAL	30	100 %

Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

GRÁFICO N° 9



Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

ANÁLISIS: Considerando que en la ciudad de Latacunga existen dos emisoras que presentan programas deportivos u las chicas encuestadas escuchan este tipo de programación, es necesario implementar un segmento que hable de fútbol femenino en el cantón.

INTERPRETACIÓN: La presente propuesta va dirigida para el programa “Solo Deportes”, de radio Novedades cuya emisora presenta buena acogida por la sociedad, por ende es factible emitir un segmento en el cual se manifieste todo sobre el fútbol femenino.

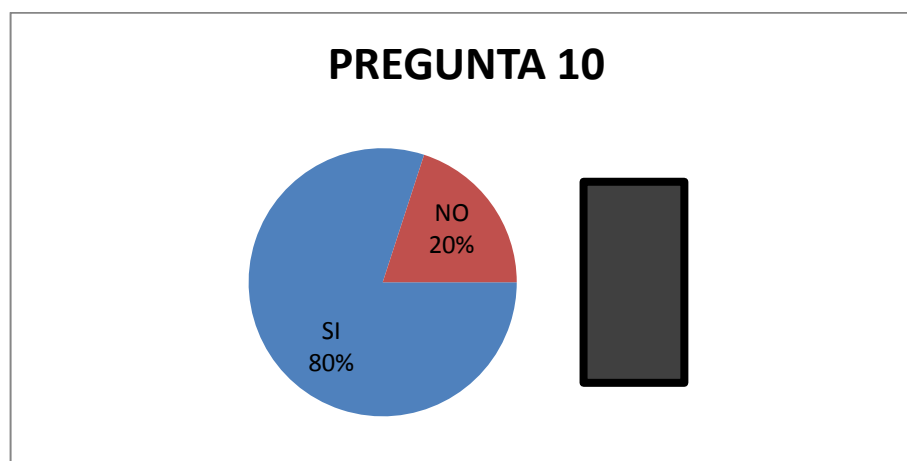
10.- ¿CONSIDERA UD. QUE EL ESPACIO RADIAL DEPORTIVO DE FÚTBOL FEMENINO SEA CONDUCTIDO POR UNA MUJER?

TABLA N° 10

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	18	80 %
NO	12	20 %
TOTAL	30	100 %

Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

GRÁFICO N° 10



Fuente: Investigativa a la selección de fútbol de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Elaborado por: Kleber Molina, Marco Apugllón.

ANÁLISIS: El segmento busca la equidad de género a través de su emisión, pues el 80 % de encuestadas desean escuchar a una mujer hablando de fútbol, por otro lado el 20 % considera que sería prioritario la participación de un hombre y una mujer.

INTERPRETACIÓN: Existen varios programas deportivos en donde las mujeres son quienes consiguen notas periodísticas sobre este deporte, pero no existen registros de que realicen un programa o segmentos de fútbol conducido por una mujer, por ende es factible la presente propuesta e interesante escuchar distintas opiniones o concordases entre la comentarista y el comentarista deportivo del segmento “Área 5.5° al límite”.

2.6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A COMENTARISTAS DEPORTIVOS, ENTRENADORES DE FÚTBOL Y JUGADORAS.

Se realizó las entrevistas a los entrenadores de fútbol de la Escuela Independiente del Valle Yuri Murillo quien conoce bien del tema y como mira la participación de las mujeres en el fútbol y el trato que se les da a las mismas quienes practican este deporte, también se realizó entrevistas a jugadoras de fútbol quienes dieron su opinión sobre este tema y su principal rol que cumplen.

También se realizó entrevistas a comentaristas deportivos del cantón Latacunga, quien trabaja en la Radio Novedades y conoce sobre los programas deportivos y nos ayudara a nuestra investigación para que sea correcta brindándonos los conocimientos necesarios en este tema.

NOMBRE: YURI ERIK MURILLO ENTRENADOR

CUADRO N° 3

MARCO APUGLLON	1.- ¿Usted como entrenador de fútbol que opina del fútbol femenino?
ENTRENADOR YURI MURILLO	Esto es algo positivo para la sociedad y sobre todo para los que le gusta practicar este deporte y en especial el fútbol podemos decir que la mayoría de la gente es aficionada a este deporte porque es un juego lindo y que las mujeres también pueden practicarlos sin restricción a nada y se puede ver que en la actualidad el fútbol femenino ha ido fortaleciéndose en nuestro país y es muy lindo que mujeres muestren sus habilidades.
MARCO APUGLLON	2.- ¿Qué opina usted sobre la participación de la mujer en esta actividad deportiva?

ENTRENADOR YURI MURILLO	Que todos tienen el mismo derecho y las mujeres tienen derecho a demostrar su talento, habilidades, destrezas y sobre todo sus cualidades en la práctica de este deporte es bueno que la mujer practique este deporte para que se conserve en forma y más que todo lo hagan por salud para así tener un estilo de vida saludable y no pasen solo en la casa sino que puedan distraerse también en familia.
MARCO APUGLLON	3.- ¿Qué diferencia existe entre fútbol femenino y masculino?
ENTRENADOR YURI MURILLO	Bueno habrá muy poca diferencia y la diferencia es que el fútbol masculino es más fuerte que el de las mujeres en qué sentido al momento de pegarle al balón ahí estamos hablando de fuerza, también en los roces que se dan entre jugadores golpes pero es igual en los entrenamientos y en los partidos.
MARCO APUGLLON	4.- ¿Cuál es el trato que reciben las mujeres en la práctica del fútbol?
ENTRENADOR YURI MURILLO	Podemos decir que el trato que se da a las mujeres que practican este deporte es más comprensible y adecuado con gentileza pero eso no quiere decir que no estamos haciendo a un lado a estas deportistas sino más bien estamos siendo comprensibles ya que todas no están adaptadas a un entrenamiento fuerte como lo puede estar una mujer que ya practica este deporte desde un año por ejemplo sino que buscamos que la mujer se sienta cómoda y con menos presión para su adaptación a las prácticas del fútbol a de su deporte preferido.
MARCO APUGLLON	5.- ¿Creé usted que debería existir escuelas de fútbol femenino?
ENTRENADOR YURI MURILLO	Si estoy completamente de acuerdo que haya escuelas de fútbol para mujeres porque en la actualidad el fútbol femenino aparte de ser un deporte es una profesión que

	<p>muchas veces las niñas sueñan con jugar un campeonato mundial llegar a la selección femenina que en estos últimos años ha ido ganando terreno en el ámbito lo que es el fútbol.</p>
<p>MARCO APUGLLON</p>	<p>6.- ¿Qué opinión tiene usted acerca de la selección de fútbol ecuatoriana femenina?</p>
<p>ENTRENADOR YURI MURILLO</p>	<p>Mi opinión acerca de la Selección femenina es que es lo mejor que puede existir en las mujeres porque así van ganando fortaleza en los entrenamientos de cada club al que pertenecen y así poder vestir los colores de nuestra nación.</p>
<p>MARCO APUGLLON</p>	<p>7.- ¿Qué acogida creé usted que tienen las mujeres en las escuelas de fútbol?</p>
<p>ENTRENADOR YURI MURILLO</p>	<p>Podemos decir que existe la misma acogida que cualquier escuela de fútbol masculina tenga porque en nuestra actualidad se ha visto grandes deportistas que practican este deporte y sobre que una de ellas gane el balón de oro por ser la mejor jugadora de estos tiempos por eso se ha visto la necesidad que toda escuela brinde la apertura a niñas señoritas que les guste practicar el fútbol.</p>
<p>MARCO APUGLLON</p>	<p>8.- ¿Qué métodos utilizaría usted en el caso de dirigir un equipo femenino?</p>
<p>ENTRENADOR YURI MURILLO</p>	<p>Los métodos que se utiliza al momento de dirigir un equipo femenino está basado en la psicología en mostrar a mi equipo como se preparan las futbolistas del mundo por decir un ejemplo que muchas de ellas tienen condiciones técnicas que todas pueden llegar a sus metas si se lo proponen pero siempre con esfuerzo dedicación y lo principal la humildad de cada una de ellas.</p>

Cuadro elaborado por: Marco Vinicio Apugllón León y Kleber Germán Molina Sánchez

NOMBRE: MARÍA FERNANDA LÓPEZ JUGADORA

CUADRO N° 4

MARCO APUGLLON	1.- ¿Porque le gusta jugar fútbol?
MARÍA FERNANDA LÓPEZ	Bueno me gusta el fútbol porque es un deporte sano y divertido que nos ayuda a desesterarnos y también nos ayuda a mantener una vida saludable el fútbol es mi pasión mes gusta jugar y ser hincha al mismo tiempo voy a contar una anécdota me empezó a gustar porque yo tenía tres hermanos mayores y yo era la única mujer y me toco adaptarme a ellos porque ellos pasaban tras de una pelota y yo para no sentirme mal les decía que me hagan jugar y así empezó a practicarlo porque mis hermanos me enseñaron a jugar y hasta ahora tengo el apoyo de toda mi familia ahora ellos me ven jugar y eso me da fuerza para seguir adelante.
MARCO APUGLLON	2.- ¿Desde qué edad práctica el fútbol?
MARÍA FERNANDA LÓPEZ	Practico este deporte desde que tenía siete años de edad gracias a mis hermanos que ellos me acogieron para jugar y me siento muy bien jugando este deporte que igual le gusta a unas amigas y mi familia allá donde vivo juego fútbol con un grupo de amigas y tenemos un equipo de fútbol y participamos en campeonatos y es muy lindo ver a tantas chicas que les guste este deporte.
MARCO APUGLLON	3.- ¿Cree usted que el fútbol femenino aporta al desarrollo de la provincia en el ámbito deportivo?
MARÍA FERNANDA LÓPEZ	A nivel provincial creo que si aportaría y la provincia estaría ganando bastante terreno en el ámbito deportivo en especial el fútbol femenino existen ligas cantonales que realizan este tipo de actividad y campeonatos de fútbol femenino pero

	<p>muy pocas veces son tomados en cuenta pero si las autoridades deciden que haya un campeonato bueno de fútbol femenino sería lo mejor y que de ahí salga un equipo que pueda jugar segunda categoría y ascender a la primera A ya que provincias como Guayas y Pichincha ya tienen representantes en las distintas categorías es porque ellos tienen el apoyo de las autoridades.</p>
<p>MARCO APUGLLON</p>	<p>4.- ¿Que opina usted sobre la inclusión de la mujer en el fútbol femenino?</p>
<p>MARÍA FERNANDA LÓPEZ</p>	<p>Sabemos que la mujer desde épocas pasadas ya practicaba este deporte la inclusión en la actualidad es buena porque ya la sociedad está rompiendo ese pensamiento que la mujer no podía jugar al fútbol y que era un deporte solo para hombres es así que las mujeres con el pasar del tiempo se han ganado un espacio en este deporte es por eso que ahora se ve en los escenarios deportivos a toda la gente apoyando y haciendo barras por sus equipos de fútbol femenino.</p>
<p>MARCO APUGLLON</p>	<p>5.- ¿Comente cuál es su ídolo del fútbol y por qué?</p>
<p>MARÍA FERNANDA LÓPEZ</p>	<p>Mi ídolo que te diré esta entre un hombre y una mujer uno es por su forma de jugar la otra es por su entrega y pasión a este deporte por ejemplo Ámbar Montenegro es una jugadora de fútbol que represento a nuestro país en el Mundial tanto así que mostro garra pasión entrega a la selección perseverancia ante toda la adversidad eso admiro de ella mi otro ídolo es Ronaldinho por su forma de jugar y como se maneja dentro del campo de juego la técnica que tiene al momento de patear un balón que lo hace ver a este deporte como algo lindo.</p>
<p>MARCO APUGLLON</p>	<p>6.- ¿Cuantos días a la semana práctica el fútbol?</p>
<p>MARÍA</p>	<p>Bueno yo entreno todos los días gracias a que la Universidad</p>

FERNANDA LÓPEZ	Técnica de Cotopaxi formo una selección de fútbol femenino y eso nos ayuda a mantenernos en forma y más que todo nos mantenemos en actividad física y aprendiendo cada día más y más hasta llegar a perfeccionar nuestra técnica no solo se necesita de técnica sino más bien de físico y habilidad trabajo en equipo que es lo importante.
MARCO APUGLLON	7.- ¿Cree que existe diferencia entre el fútbol femenino y el masculino?
MARÍA FERNANDA LÓPEZ	No existe ninguna diferencia porque el fútbol es uno solo y para todos es el mismo entrenamiento existirá una pequeña diferencia pero en el trato que recibimos pero de ahí todo es igual porque nos enseñan los mismos trabajos que se les hace a los hombres pero siempre manejando las cargas de entrenamiento en un mínimo grado hasta ver en qué condiciones estamos nosotras para practicar este deporte.
MARCO APUGLLON	8.- ¿Cuál sería sus proyectos a futuro dentro del fútbol femenino?
MARÍA FERNANDA LÓPEZ	Mis proyectos a futuro seria ser una jugadora de fútbol profesional para así poder llegar a formar parte de la Selección de Fútbol Femenina sería un orgullo vestir los colores de la nación y representarle en torneos internacionales esa es mi mayor meta y el sueño que quiero alcanzar desde niña soñé estar ahí y sé que puedo conseguirlo solo si me lo propongo con esfuerzo dedicación y perseverancia mostrando todas mis destrezas y habilidades.

Cuadro elaborado por: Marco Vinicio Apugllon León y Kleber German Molina Sánchez

2.7 ANÁLISIS DEL RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS APLICADA A UN COMENTARISTA DEPORTIVO

NOMBRE: LIC. FERNADO ERAZO

CUADRO N° 5

KLEBER MOLINA	1.- ¿Cómo es la acogida de las personas en los programas deportivos?
LIC. FERNADO ERAZO	Bueno creo que dentro de los temas más importantes a nivel nacional uno se enfoca primero en los deportes es uno de los que lleva mayor sintonía y mayor cantidad que sigue estos programas pero hablando dentro de la provincia de Cotopaxi somos muy pocos los programas deportivos que estamos vigentes, creo que si Radio Novedades no es la pionera dentro del programa deportivo es el que tiene el programa con mayor años alrededor de 30 años con el mismo programa con el mismo horario con las mismas personas que le dan ya un ámbito diferente un aspecto de profesionalización poco mayor hay otros programas dentro de la provincia que se dan pero son por épocas cuando sale fútbol profesional cuando viene a jugar algún equipo cuando se dan los programas de segunda categoría o hay un evento internacional acá asoman algunos otros programas deportivos pero son momentáneos creo que los programas deportivos en si la acogida de las personas es buen pero en la provincia de Cotopaxi no logramos explotarlos de buena manera.
KLEBER MOLINA	2.- ¿Dentro de los programas deportivos ha escuchado hablar de fútbol femenino?
LIC. FERNADO ERAZO	A nivel nacional si se escucha en los últimos años vemos que ha tenido una acogida muy grande el deporte como es el

	<p>fútbol y principalmente las mujeres esto nace con la idea de José Francisco Cevallos su apoyo como comienza a inmiscuirse incluso con la Liga de Fútbol Femenino comienza a crearse equipos a darle el mérito que se merecen las niñas al practicar este deporte pero hablamos que los programas deportivos se escucha de 5 a 10 minutos tal vez de esta información porque se cambia a temas de mayor relevancia dentro de los programas deportivos como son los equipos de fútbol profesional equipos grandes hablar de Barcelona el mismo Ecuador de Liga entonces estos son los que acaparan el fútbol o el programa deportivo.</p>
<p>KLEBER MOLINA</p>	<p>3.- ¿En estos últimos 5 años cree que se ha dado relevancia al fútbol femenino?</p>
<p>LIC. FERNADO ERAZO</p>	<p>Se ha logrado dar relevancia importancia pero no la que se merece tal vez nos falta mucho todavía en el camino vamos en cinco años recién se ha crecido hay equipos que ya clasifican a Copa Libertadores pero vemos muy pocos exponentes y casi son los mismos la ESPUCE, Rocafuerte, Liga de Quito, estamos hablando de equipos de Guayas de Pichincha que son los que siempre representan que tienen mayor fuerza en este campo es decir los que tienen dinero realmente tienen la oportunidad de darle la opción a las mujeres de que tengan una nueva idea como es practicar el fútbol femenino en los últimos cinco años se ha dado relevancia un poco se ha ganado se ha inmiscuido el aspecto económico por parte de la Federación Ecuatoriana de Fútbol ha dado un dinero a esta Liga de igual forma para la gente que está dentro del Ministerio del Deporte antes auspiciaba completamente hoy lo hacen en un porcentaje menor porque la crisis del país afecta pero si se ha dado algo de relevancia al fútbol femenino hablando económicamente de ministerios políticamente se lo ha hecho, social, culturalmente se lo ha</p>

	hecho pero dentro de los medios radiales creo que no tiene la acogida o el verdadero espacio que necesita.
KLEBER MOLINA	4.- ¿Qué importancia dieron los medios radiales deportivos entorno a la séptima Copa América Femenina realizada en nuestro país en el año 2014?
LIC. FERNADO ERAZO	Hablando de este tema del fútbol femenino acá en Ecuador no se le está dando esa importancia necesaria a pesar que se jugó torneo Sudamericano recordara que Latacunga fue sede de ese torneo claro la gente latacungueña como tal llego en buen número a ese escenario deportivo no así la diligencia ni si quiera apareció por acá el señor Chiriboga mas bien el que le dio importancia fue el señor Francisco Cevallos en esa época Ministro del Deporte a él lo veíamos acá en el Estadio Municipal La Cocha pero darle la importancia necesaria como debería serlo como en el caso del fútbol de varones yo creo que la Federación Ecuatoriana de Fútbol no lo ha dado no lo ha hecho no lo ha permitido libremente crecer tal punto cuando llegaron al mundial cuando clasificaron el premio cuando clasificaron era 200 dólares y eso porque reclamaron porque si no solo les iban a dar un abrazó y muchas gracias no así a los varones un premio para la clasificación del mundial a cada uno le dieron un terreno un millón de dólares para que se repartan la diligencia no ha tomado en serio el desarrollo del balompié femenino.
KLEBER MOLINA	5.- ¿Cómo considera usted a las mujeres que practican este deporte?
LIC. FERNADO ERAZO	Yo creo que en la actualidad ya no debemos admirarnos de nada la mujer ha conquistado sitios muy interesantes en toda índole el fútbol, finanzas usted ve no mas hoy en la actualidad lo que era el congreso ahora la asamblea está dirigido por mujeres entonces si usted echa un vistazo a las redes sociales se encuentra con mujeres boxeadoras, mujeres

	<p>luchadoras, mujeres que manejan camiones de carreras la mujer al igual que el hombre tienen los mismos derechos y obligaciones y claro en el mundo del deporte para algunos como que no es bien visto que las mujeres hagan fútbol pero yo creo que siendo un deporte donde el objetivo es mostrar su habilidades ya mujer teniendo una bonita cintura mejor que la de los hombres yo no lo veo fuera de lo común hay mujeres que juegan mejor que los hombres y no hay porque poner el grito en el cielo.</p>
KLEBER MOLINA	6.- ¿Creé usted que al fútbol femenino se le debe dar la misma importancia que el masculino?
LIC. FERNADO ERAZO	Si se le debe dar mayor importancia porque el fútbol femenino está tomando fuerza en nuestro país ya participaron en un torneo Mundial y la verdad es que todos debemos ponerle más atención a esta disciplina deportiva con solo mirar que en poco tiempo ha conseguido que se logre aceptar este deporte es necesario poner de nuestra parte para que esto siga incrementando cada día más.
KLEBER MOLINA	7.- ¿Creé usted que al crear un espacio deportivo femenino obtendrá una buena acogida?
LIC. FERNADO ERAZO	La verdad si debería existir un espacio para que se dé a conocer el fútbol femenino y si ustedes la idea esta radio con mucho gusto les abriré la puerta para que lo puedan realizar nosotros teníamos la misma idea de crear un espacio de fútbol femenino y que este sea dirigido por un hombre y una mujer sobre todo me encanta la idea que se de este segmento.
KLEBER MOLINA	8.- ¿Creé que existe los programas necesarios para difundir el fútbol femenino?
LIC. FERNADO ERAZO	La verdad no existen muchos programas somos nosotros pioneros en mantener un programa deportivo y nuestra colega radio Elite es los que mantenemos programas deportivos las otras radios solo hacen estos programas

	<p>cunado hay fútbol en nuestra provincia y nada más es porque no le toman mucho en canta se hablara cinco minutos y nada más y de ahí se pasa a campeonatos de la serie A y serie B porque es la afición lo que quiere escuchar.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Cuadro elaborado por: Marco Vinicio Apugllon León y Kleber German Molina Sánchez

2.8 CONCLUSIONES.

- ✓ El 80 % de la población desconoce de la práctica que realizan las mujeres sobre el fútbol femenino a nivel cantonal y parroquial.
- ✓ La falta de información por parte de los medios sobre el fútbol femenino, causa en la población un desinterés por el deporte y sus novedades.
- ✓ Un alto porcentaje escucha programas radiales sobre fútbol, por otro lado el programa “Solo Deportes”, consta con una amplia experiencia de treinta años al aire con una buena acogida en la sociedad, por ende resulta factible la propuesta planteada al programa, porque no consta con segmentos dirigidos al fútbol femenino.
- ✓ Los radioescuchas prefieren radio Novedades por la información que emiten sus programas, entre ellos “Solo Deportes”, mismo que habla de fútbol pero solo masculino, dejando de lado a las mujeres también lo practican.
- ✓ Las mujeres que practican este deporte se refieren a que no son tomadas en cuenta como en el deporte masculino, a pesar que algunas mujeres toman la disciplina como una carrera y por ende juegan a nivel profesional.
- ✓ Existen ciertas falencias en los medios de comunicación de acuerdo a sus programaciones deportivas que no hacen referencia al fútbol femenino, solo en ocasiones que juegan a nivel profesional.
- ✓ Se debe tomar en cuenta que en los últimos cinco años los programas deportivos vigentes no constan con segmentos que hablen de fútbol femenino.

2.9 RECOMENDACIONES

- ✓ Es factible desarrollar la propuesta del proyecto en el programa “Solo Deportes” que emite radio Novedades, por la acogida y trayectoria que esta ha logrado en la sociedad.
- ✓ El programa radial que emite esta emisora cuenta con más de treinta años al aire, comentando sobre el fútbol a nivel mundial, nacional, entorno a primera y segunda categoría, reseñas históricas de jugadores renombrados dentro de este deporte, pero también es necesario que se dé la misma importancia al fútbol femenino.
- ✓ Se recomienda a los comentaristas deportivos del programa “Solo Deportes”, incluir más el fútbol femenino, para dar a conocer sus logros a nivel internacional, nacional, pero en especial provincial.
- ✓ A través del segmento radial dentro del programa deportivo “Solo Deportes”, se incentivara a la colectividad a escuchar sobre el fútbol femenino, aprovechando que la sociedad consume este programa radial.
- ✓ “Solo Deportes”, emitido por radio Novedades es de carácter informativo en el ámbito del fútbol, por ende la propuesta va acorde los temas que emite el programa.
- ✓ Dar a conocer a la ciudadanía sobre los acontecimientos del fútbol femenino que se desarrolla cada semana, dando seguimiento a este deporte a nivel cantonal y transmitirlo en el programa “Solo Deportes”.
- ✓ Presentar el segmento con información relevante, constando con fuentes reales y relevantes, entrevistas con entrenadores e historias con jugadoras.

CAPITULO III

3. DISEÑO DE LA PROPUESTA

En el presente capítulo trata de la creación con un segmento radial deportivo que hable de fútbol femenino dentro del programa “Solo Deportes” de Radio Novedades dando a conocer temas de interés para los radio escuchas que disfrutan del deporte, ofreciendo así la información más completa entorno a los sucesos mundiales, nacionales, provinciales, cantonales y sobre todo parroquiales, con notas futbolísticas, entrevistas de las jugadoras, las voces de la hinchada, tomando en cuenta a todas las protagonistas del fútbol femenino.

La creación de un segmento radial deportivo en este proyecto de investigación nació con el interés de ver el deporte desde otro punto, debido a que los programas deportivos existentes presentan poco o nada sobre la problemática que sufre el fútbol femenino a nivel mundial, nacional, provincial, cantonal y sobre todo parroquial.

3.1 DATOS INFORMATIVOS

TITULO: CREACIÓN DE UN SEGMENTO RADIAL EN EL CUAL SE HABLARÁ DE FÚTBOL FEMENINO CON SUS PROTAGONISTAS DENTRO DEL PROGRAMA “SOLO DEPORTES”.

Nombre de la institución: Radio Novedades

Beneficiarios: Hombres y Mujeres deportistas, la colectividad de todas las edades y radio Novedades

Ubicación: Cantón Latacunga – Provincia de Cotopaxi – Ecuador, Calle dos de mayo.

Técnicos responsables: Marco Vinicio Apugllón León - Kleber Germán Molina Sánchez.

Tutor: Lic. Diana Molina Docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi

3.2 JUSTIFICACIÓN

Luego de la investigación realizada se pudo comprender la situación que atraviesa el fútbol femenino en los medios de comunicación y la sociedad misma que pasa desapercibida, por la falta de información en la colectividad, por ende surge la necesidad de crear un segmento radial deportivo involucrando a las mujeres y el fútbol que atrae a multitudes de personas practicantes o no practicantes de esta disciplina ya sea aficionada o profesional, por otro lado tenemos al radio escucha apasionado por el deporte busca un programa radial que le informen todos los pormenores que acontece en el planeta del fútbol.

Al no existir la relevancia que se debería dar al fútbol femenino dentro de los medios de comunicación como son segmentos radiales deportivos y televisivos nuestra propuesta es factible para realizar del segmento deportivo, que cubra las expectativas del radio escucha pues serán quienes estarán involucrados en este medio y así ayudarán de manera demostrativa e inmiscuir el fútbol femenino en nuestra sociedad.

La práctica del fútbol femenino a nivel profesional o aficionado es un hecho relevante en nuestro país, el juego cada día va incrementado su afición a la práctica del mismo cuyo objetivo es que la mujer se sienta optimista en el conocimiento del fútbol, dando así a la creación de nuevos segmentos deportivos radiales o diferentes medios de información.

Este proyecto da prioridad a la creación de un segmento deportivo radial dedicado a las actividades del fútbol femenino, para llegar al objetivo de la investigación que es crear el segmento radial, primero se analizó el mercado radial mediante técnicas como sondeo, seguimientos en las redes sociales, dando como

resultado en los indicadores que dentro de la programación deportiva que tiene “Solo Deportes”, no cuenta con dicho segmento.

La falta de segmentos radiales para el análisis de fútbol femenino se presenta como una alternativa para sugerir propuestas innovadoras y la valoración del fútbol femenino ya establecidos en la sociedad, manejando así un lenguaje sencillo para el radio escucha.

Este segmento tiene como finalidad llegar a una audiencia de hombres y mujeres deportistas, aficionados y colectividad de todas las edades que buscan una nueva alternativa en una programación cotidiana.

El análisis de este deporte en especial del fútbol femenino; existe una escasez en los programas deportivos de la localidad, este nuevo tipo de segmento se convertirá en una alternativa viable que logra satisfacer al público oyente que está descontento con los programas radiales deportivos existentes.

3.3 OBJETIVOS

Objetivo General

- Crear un segmento dentro del programa “Solo Deportes” de radio Novedades, con un contenido amplio sobre el fútbol femenino mundial, nacional, provincial, cantonal y parroquial.

Objetivos Específicos

- Diseñar el contenido de la propuesta entorno al tiempo de duración del programa radial.
- Promocionar el segmento durante las programaciones de la frecuencia, página oficial, redes sociales en general.

- Establecer el respectivo seguimiento al deporte femenino a lo largo de la temporada deportiva.

3.4 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La elaboración de la presente propuesta fue bajo el estudio de factibilidad, empleando los métodos como entrevistas, encuestas, por la necesidad colectiva de un segmento radial cuyo tema principal sea el fútbol femenino, actualmente se ha incrementado la participación de la mujer en este deporte, y sobre todo contribuir a romper los paradigmas sociales y se establezca un ordenamiento entre lo femenino y masculino.

Las personas en la actualidad realizan ejercicio físico en su vida cotidiana con el objetivo de mejorar su calidad de vida por lo tanto podemos comprender que este trabajo ayudara a tener acogida con un gran número de personas que les gusta hacer ejercicio y sobre todo personas que practican este tipo de deporte el cual atrae multitudes a nivel local, provincial, nacional e internacional.

La presente investigación cuenta con un análisis FODA, que nos ayudara a la creación de nuestro segmento utilizando una temática variada para todo el público y sobre todo que llegue a todas la clases sociales, permitiéndonos así investigar la situación actual de nuestro tema de estudio utilizando la comunicación de una forma entretenida y dinámica para así poder romper los paradigmas de la sociedad al ver que las mujer practiquen fútbol y afecte el autoestima de las mujeres de todas las edades que practiquen este deporte.

En este trabajo vamos utilizar un medio de comunicación que llega a todas partes del país e incluso donde la televisión no puede llegar a esos lugares alejados de las ciudades, este medio de comunicación es la radio en la cual se transmitirá todo lo que pasa en el fútbol femenino a nivel local, cantonal y nacional, nuestro segmento llevará el nombre de “**AREA 5.50 AL LÍMITE**” se le puso este nombre

con la finalidad de llegar a todas las personas que son amantes al fútbol y escuchan programas deportivos.

El propósito es involucrar a personas que sepan de este tema como: son entrenadores, mujeres futbolistas, familiares de los deportistas, hinchas con el fin de crear un segmento entretenido que se hable de Fútbol femenino donde ellos también sean los actores principales e incentivadores para que las personas comprendan que el fútbol no solo es de varones sino de damas también y que la sociedad le dé más importancia al deporte femenino que día a día va ganando terreno y cosechando logros mediante sus propios méritos.

Esta exploración va dirigida a todas las personas pero en especial a las mujeres que practican este deporte ya sea a nivel profesional o a nivel local, tomando en cuenta el análisis del fútbol femenino, es decir, que se hablará de tabla de posiciones, goles anotados, pormenores del partido y sobre todo contará con la presencia de jugadoras destacadas que hablen sobre este tema. El horario de transmisión de este segmento será dentro del programa deportivo “Solo Deportes” los días miércoles de 15h00 a 15h30 y será conducido por periodistas de dos géneros uno masculino y uno femenino los cuales tendrán a invitados y sobre todo busca cumplir de manera correcta con todo lo establecido en este segmento.

3.5 ANÁLISIS FODA

Con el análisis FODA obtendremos un diagnóstico para ver el problema en que se encuentran las deportistas al practicar este deporte y así sacar conclusiones y realizar este trabajo de manera correcta.

Análisis respectivo:

Fortalezas

- Participación de las y los periodistas deportivos en el fútbol femenino.

- Conocimiento de la participación de la mujer en el fútbol.
- Programa con treinta años al aire.

Oportunidades

- Fomentar el deporte femenino.
- Apertura para hablar de fútbol femenino.
- Contar con el apoyo de la radio para hablar de fútbol femenino
- Ser parte de un medio de comunicación y puedan conocer de fútbol femenino

Debilidades

- No existen segmentos donde se hable de fútbol femenino.
- Poco interés de los programas deportivos al hablar de fútbol femenino.
- Las personas inciden en que las mujeres no deben practicar este deporte.

Amenazas

- No poseer el apoyo de las personas dirigentes de clubes.
- No tener el apoyo de las autoridades de turno a nivel cantonal.
- Falta de apoyo por parte de la familia de las jugadoras.
- Falta de espacios para la práctica de este deporte.

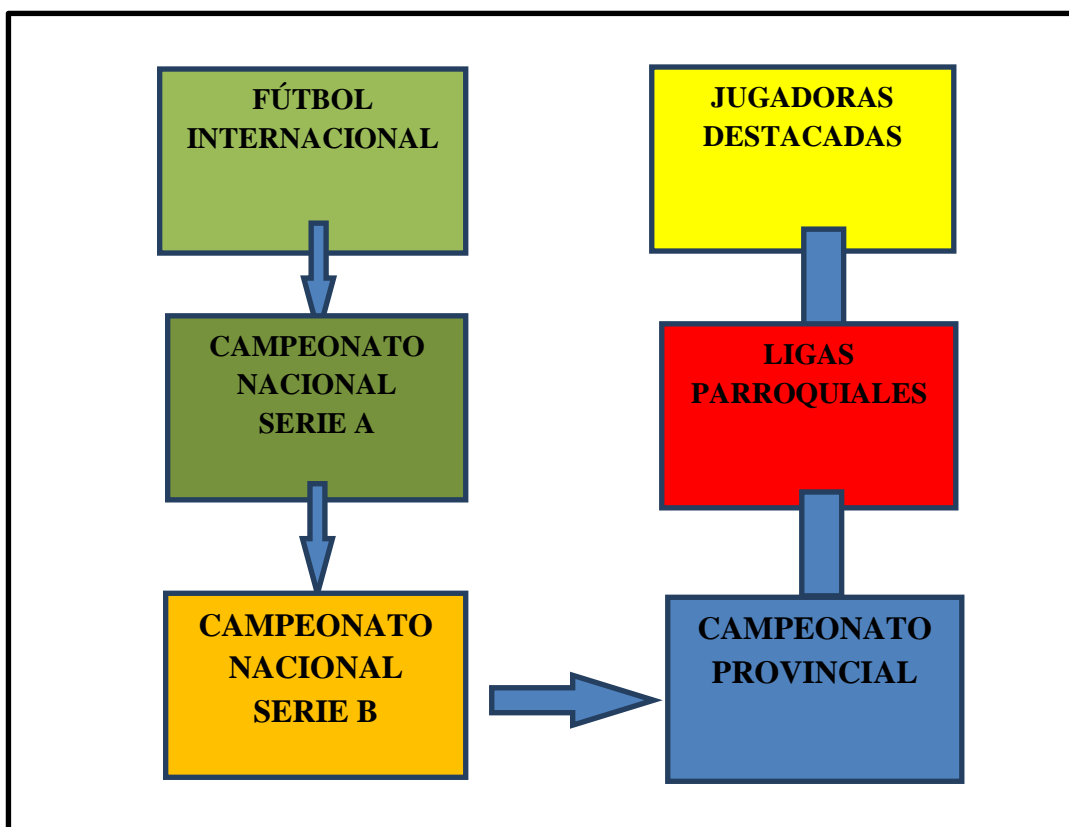
3.6 ESTRUCTURA DEL SEGMENTO DEPORTIVO

CUADRO N°6

CONTENIDO	TIEMPO	RESPONSABLE
Careta de entrada del segmento	00:30	Técnico
Presentación del segmento grabada	00:30	Técnico
Saludo inicial	01:00	Conductor
Titulares del día	01:00	Conductor
Inicio publicitario	02:00	Técnico
Desarrollo de noticias	04:00	Conductor
Llamadas del público	03:00	Conductor
Entrevista invitado del día grabada	03:00	Conductor
Inicio publicitario	02:00	Técnico
Desarrollo de noticias	03:00	Conductor
Comentarios	02:00	Conductor
Corresponsal	02:00	Técnico
Frases de reflexión	01:00	Conductor
Conclusión general del tema tratado	03:00	Conductor
Despedida	02:00	Conductor

3.7 TEMAS DEL SEGMENTO

CUADRO N° 7



Elaborado por: Marco Vinicio Apugllón León y Kleber German Molina Sánchez

3.7.1 TEMAS A TRATARSE

En el tema de fútbol internacional se comentará todo lo que pasa en el fútbol femenino de otros países, sus ligas, sus campeonatos, tablas de posiciones, jugadoras en el extranjero los mejores goles en el fútbol internacional, como se preparan las selecciones nacionales para encuentros amistosos, cuales son los clubes y selecciones con mayor campeonatos mundiales e internacionales, Copa Libertadores de América todo esto se lo dará a conocer en este tema.

En lo que se refiere a tema del campeonato nacional de la serie A se dará a conocer la información relevante como partidos jugados y sus acontecimientos de los distintos clubes del país y como ha sido su preparación para el arranque del mismo, los clubes que representaran al país en torneos internacionales, así mismo tabla de posiciones, calendarios de juegos y una análisis a todo lo que pasa en esta serie.

Tema campeonato nacional serie B se mostrará la tabla de posiciones, equipos que están en la punta del tablero para el tan anhelado ascenso a la serie de privilegio, así mismo clubes que desean subir a la serie B y como ha sido su preparación para el arranque del mismo calendarios de juegos y una análisis a todo lo que pasa en esta serie.

Campeonato provincial aquí se mostrara que equipos tiene la provincia para el ascenso a la serie B del fútbol ecuatoriano femenino como estos se preparan para el comienzo del mismo y luego se mostrara que clubes de estos participara en los juegos zonales para así pelear un ascenso a las distintas series del fútbol ecuatoriano.

Ligas parroquiales se dará a conocer todos los por mayores de lo que sucede en cada liga parroquial con cuantos equipos de fútbol femenino cuenta cada liga parroquial y barrial así como ellas miran a este deporte cuál es su punto de vista acerca de la práctica de esta disciplina deportiva.

Jugadoras destacadas aquí haremos un énfasis en conocer cuál es la mejor jugadora de la fecha y cuál es la que tiene mayor número de goles en el campeonato nacional tanto de la serie A como de la serie B y cuáles son sus miras a futuro como si llegara está en la sección de fútbol femenina.

3.8 INDICADORES DE EVALUCIÓN

Hay que analizar cómo influye la radio en las deportistas y las variables que se van a desarrollar dentro de los temas que están propuestos en el segmento deportivo de fútbol femenino, la forma en que se va a conducir el programa, la

participación de los invitados para que no haya ningún inconveniente a lo largo que dure el segmento causadas por la falta de coordinación y preparación.

En la realización de cada emisión del segmento se dará a conocer temas variados e importantes como las jugadoras destacadas, equipos que desempeñan desenvolvimiento en el terreno deportivo con el fin de dar un producto bueno e innovador a los oyentes, sin ser los mismos programas de siempre sino buscar alternativas diferentes para que el público también pueda dar su punto de vista acerca de los temas que trataremos dando así a conocer los principales acontecimientos los momentos más importantes en el fútbol y un análisis completo de todo lo que pasa a nivel local e internacional.

También es necesario hacer un recuento de todo lo que pasa en el futbol femenino los resultados que se dieron en las diferentes plazas y medir por medio de las redes sociales, mensajes de texto, whatsapp, que los radioescuchas podrán emitir sus comentarios, como es la acogida del segmento deportivo de futbol femenino y cómo influye en nuestros oyentes, es por eso que mediremos por medio de llamadas o las redes sociales cuantas personas escuchan nuestro segmento deportivo.

La evaluación la mediremos en un lapso de dos meses después de que nuestro segmento ya esté en el aire para así obtener resultados positivos y que a la gente le guste es por eso que debemos hacer un segmento divertido.

3.9 MATRIZ ESTRATÉGICA

CUADRO N° 8

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PÚBLICO	ESTRATEGIA
Identificar si existe machismo y feminismo en los programas deportivos emitidos por radio Novedades.	Analizar el lenguaje empleado por periodistas deportivos y radio escuchas al referirse al fútbol femenino.	Adultos. Jóvenes	Temas acordes al tema a tratar en el segmento.
	Analizar el interés de las personas que escuchan Novedades en el programa “Solo Deportes”.	Adultos. Jóvenes	Mediante un monitoreo.
	Identificar cuáles son los factores que impiden el surgimiento masivo de equipos de fútbol femenino profesionales en el cantón.	Sociedad involucrada en el ambiente deportivo.	Mediante encuestas aplicadas a las personas radio escuchas.

3.10 GUIÓN

RADIO: NOVEDADES

SEGMENTO: ÁREA 5.50 AL LÍMITE

FORMATO: DEPORTIVO

FRECUENCIA: AM

DURACIÓN: 30 MIN

HORARIO: MIÉRCOLES DE 15H00 A 15H30

PRODUCTORES: MARCO APUGLLON Y KLEBER MOLINA

Nº	CONTROL	PRESENTACIÓN DEL SEGMENTO
001 002 003 004 005 006 007	LOCUTOR 1	Muy buenas tardes país futbolero que nos sintonizan cada miércoles en su segmento informativo y entretenido ÁREA 5.50 AL LÍMITE a la hora de saber sobre el deporte a nivel nacional e internacional. Quien les acompaña Marco Apugllòn, junto a mi colega Estefanía Caizaluisa, en esta media de 15 h00 a 15h30 de la tarde en sintonía de radio Novedades 100. 5 AM.
009 010 011 012 013	LOCUTOR 2	Hola amigos y amigas de todo el país, les habla Estefanía Caizaluisa trayéndoles como todos los miércoles la información al día sobre el fútbol femenino, solo aquí en su segmento favorito ÁREA 5.50 AL LÍMITE. Empezamos...
014 015 016 017	LOCUTOR 1	Así es Estefy como sabrán en el fútbol internacional Venezuela llega invicta a la final del Sudamericano Femenino Sub 17. La selección de Venezuela finalizó como líder absoluto en el grupo A de la V edición del

018		Sudamericano Sub 17 de fútbol femenino, al derrotar
019		por 3-1 a Paraguay en la quinta jornada en
020		Barquisimeto.
021	LOCUTOR 2	Repasando otros resultados La Selección Femenina de
022		fútbol de Colombia venció hoy por 3-0 a su similar de
023		Ecuador, en la tercera jornada del grupo B del
024		Sudamericano Sub17 que se juega en Venezuela, para
025		acercarse más a la clasificación a la siguiente fase.
026		Inicio de espacio publicitario.
027	CONTROL	ESPACIO PUBLICITARIO
028	LOCUTOR 1	Fin de espacio publicitario
029		Cambiando de tema mi querida Estefy revisemos que
030		es lo que acontece en la serie A de nuestro fútbol. La
031		Federación Ecuatoriana de Fútbol manifiesta que
032		existen 12 clubes de la Primera A y que este año se
033		establecieron tres fases, se armaron grupos de cuatro y
034		seis equipos para bajar costos de traslados y arbitraje.
035		El recorte de presupuesto impidió que se asigne dinero
036		para gastos logísticos, contratación de una ambulancia
	para partidos y un seguro médico como ocurrió el año	
	pasado.	
037	LOCUTOR 2	Así es Marco la crisis en el fútbol está afectando
038		mucho al deporte femenino que empezaba a tener una
039		acogida buena en nuestro país, es así que el torneo de
040		la Serie B será aún más corto. Se están estableciendo
041		grupos para que se juegue los fines de semana esto se
042		da porque no se cuenta con una infraestructura
043		económica que se requiere para organizar los torneos
044		oficiales.
045		Inicio de espacio publicitario.

046	CONTROL	ESPACIO PUBLICITARIO
047	LOCUTOR 1	Fin de espacio publicitario
048		Ya estamos de vuelta! - Estefy ¿cómo te pareció la
049		participación del Club Femenino Manchester Cotopaxi
050		en el ascenso a la serie B del fútbol femenino?
051	LOCUTOR 2	El club femenino Manchester, poco a poco va
052		imponiendo su nombre en el ambiente futbolístico de
053		nuestro país, no en vano su presencia en dos años tiene
054		ahora resultados positivos como es el cupo para el
055		torneo de la Primera B del fútbol profesional. Es ahora
056		donde las deportistas, dirigentes, cuerpo técnico, deben
057		tener un apoyo de provincia, sus autoridades, empresa
058		pública y privada para que este plantel quién es el porta
059		estandarte del fútbol femenino de Cotopaxi, cuente con
060		el respaldo y ayuda, porque ahora el objetivo será
061		ascender a Primera A y claro allá es otra historia
062		diferente, ser parte de una Copa Libertadores de
063		América, nada mal para nuestra provincia.
064	LOCUTOR 1	Para esto tenemos la entrevista realizada a Jaime
065		Guilcaso quien nos dará a conocer sobre este tema y el
066		ascenso a la serie B de nuestro fútbol.
067	LOCUTOR 2	Después de haber escuchado la entrevista y tener claro
068		cuáles son los objetivos del equipo nos vamos a un
069		corte comercial.
070		Inicio de espacio publicitario.
071	CONTROL	ESPACIO PUBLICITARIO
072	LOCUTOR 1	Fin de espacio publicitario
073		Bueno amigos y amigas hemos llegado a la parte final
074		de nuestro segmento ÁREA 5.50 AL LÍMITE, quien
075		les acompaño hoy Marco Apugllon y Estefanía
076		Caisaluzza hasta la próxima semana.

077	LOCUTOR 2	Asia es Marco, será hasta una nueva oportunidad sigan en nuestra sintonía 100.5 AM su radio preferida chaoooo bay bay.
078		
079		

3.11 CONCLUSIONES

- La programación radial en la actualidad presenta una variedad de programas deportivos entorno al fútbol masculino, pero carece de segmentos que hable del desenvolvimiento entorno a la mujer en dicho deporte.
- La popularidad que goza los espacios radiales en la actualidad son consumidos por los oyentes, por ende nace la propuesta de implementarlos con segmentos que hable del fútbol femenino.
- El programa “Solo Deportes”, de radio Novedades tiene una buena aceptación según las redes sociales, por parte de los radio escuchas a través de sus treinta años al aire, manteniéndose fiel a su misión y visión que poseen para el bienestar de la sociedad.

3.12 RECOMENDACIONES

- La presente investigación consta con categorías que fueron examinadas para el compromiso y la aplicación de las mismas en el ámbito deportivo femenino.

- Establecer un horario de programación el cual sea distribuido de manera adecuada, contando con un personal de amplio conocimiento deportivo de este modo se podrá hablar del fútbol femenino, entrevistas a técnicos, jugadoras, oyentes por medio de mensajes de texto o llamadas en vivo.

- La duración del segmento dentro del programa es amplia para dar a conocer la información acerca del fútbol femenino tanto local, nacional e internacional, por otro lado se promocionara el fútbol femenino y el interés de la colectividad.

3.13 BIBLIOGRAFÍA

- 1: (HALL, Andrew “Ilustración” primera edición (2011), Londres pág. 50)
- 2: (ESCHENBACH, Joseff “Radio Difusión para la Innovación” colección INTIYAN CIESPAL Quito - Ecuador (1978) págs. 147, 148.)
- 3: ESPINDOLA, Galo “Técnicas de Comunicación” ediciones Quito - Ecuador (2004) Pág. 41.)
- 4: (FOURNIER, Marcos “Comunicación Verbal” La Trilla (2011) pág. 126.)
- 5: (CASTRO, Lerma “El modelo Comunicativo” ediciones la trilla (2011) pág. 23
- 6: (MIRANDA, Ernesto (2002) “Comunicación Radiofónica” Latacunga-Ecuador. (2002) pág. 21)
- 7: (MIRANDA, Ernesto “Comunicación Radiofónica” Latacunga- Ecuador. (2002) pág. 21)
- 8: (MIRANDA, Ernesto “Comunicación Radiofónica” Latacunga – Ecuador. (2002) pág. 22)
- 9: LOPEZ, José Ignacio “La radio y el internet hacia el matrimonio tecnológico” Quito- Ecuador (2003)).
- 10: (VARIOS autores, “Educación y Comunicación” (2000) EDICIONES RIALP, s. a. pág.319.)
- 11: JIMENEZ, Agustín “Datos básicos de la Realidad Nacional” Quito-Ecuador (2006)).

- 12: MIRANDA, Ernesto “Medios Audiovisuales” pág. 21 Latacunga-Ecuador (2002) pág. 21).
- 13: JIMENEZ, Agustín “Datos Básicos de la Realidad Nacional” Quito (2006). pág. 194)
- 14: GONZALES, Paloma “Internet y Comunicaciones digitales” Barcelona. (2000) Pag.35, 36
- 15: BOSCH, Ángel “Alguien lo está Vigilando” editorial televisa (2001), pág. 22)
- 16: (MATA, María Cristina “Como Conocer la Audiencia de una Emisora” Quito-Ecuador (2004))
- 17: VASQUEZ, Lola S y NAPOLEON, Saltos G “Ecuador y su realidad” ediciones (2011-2012))
- 18: LOPEZ Vigil, José. ”Manual Urgente Para Radialistas Apasionados”, Quito-Ecuador (2004). Pág. 15, 16, 17, 19)
- 19: GUERRERO, Eduardo “Ética de la Comunicación” (2002) pág.58 a 62.).
- 20: VERA, Teo “Administración y gerencia en radio CIESPAL”, Quito-Ecuador (2003) pág. 103)
- 21: VASQUEZ, Lola y NAPOLEON, Saltos “Ecuador y su realidad” Quito-Ecuador (2011-2012) pag.326)
- 22: ROCHOLL, Arno “Módulo Producción Radiofónica” (2002) pág. 105).)
- 23: GUTIERREZ, Hernán y MATA, María Cristina “Siguen Vigentes Las Radios Populares”, Quito-Ecuador (2001) pág. 50,51.)

- 24: DÁVILA, Luis “La Identidad Comunitaria y la Radio” Quito-Ecuador (2000) pág. 36
- 25: JARAMILLO, Edgar “Situación de la Radio en América Latina CIESPAL” Quito-Ecuador (2007) pág.31)
- 26: TORRES, René “Situación de la Radio en el Pacto Andino” CIESPAL Quito-Ecuador (2004))
- 27: MERINO, Jorge “Formación Profesional en Radio” CIESPAL Quito- Ecuador (1997))
- 28: FREIRE, Lalo “Aprendamos a Querer y otras memorias de Lata.” (2014).
- 29: GUERRERO, Luis “Comunicación Participativa Evangelizadora” Quito-Ecuador (1995)
- 30: GALEANO, E. “El fútbol a sol y sombra”. Madrid: SIGLO XXI. (2006), Pag.50)
- 31: CARRIÓN, Fernando y RODRÍGUEZ María José, “Luchas Urbanas Alrededor del fútbol” Quito-Ecuador (2014)
- 32: BERNAR, Cesar “Metodología de la investigación” tercera edición (2010) pág. 7-8.)
- 33: (GUTIERREZ, Abraham “Filosofía” Quito-Ecuador (2002) pág. 312
- 34: BORCHART, Cristiana y MORENO, Segundo “Crónica Indiana del Ecuador Antiguo” EDICIONES Abya Ayala Quito-Ecuador (1997) pág. 39)

- 35: ZAMBRANO, Ayala “Motivación en la actividad física y deportiva”. (2001) pág.)
- 36: CASTILLO, Johan “Historia y Técnica de la Radio” (2004), pág. 36)
- 37: (Moscovici 1961).
- 38: (Vasilachis 1998).
- 39: UNESCO” Convención sobre la eliminación de discriminación contra la mujer”) pág. 24 -32.
- 40: (BONI, Federico “Teorías de los Medios de Comunicación”. Barcelona: Editorial: (2008). Universidad Autónoma de Barcelona. Pág.172, 174)
- 41: UNFPA. Estado de población mundial. Ambitos de convergencia cultura, género y derechos humanos) (2008).pág 9 -16.
- 42: <http://www.un.org/womenwatch/conceptsanddefinitions,htm>.)
- 43: 1993)art.resolución A/RES/48/104 de la Asamblea gubernamental de las Naciones Unidas).
- 44: BUÑUEL, Ana “MUJER MACHISMO Y DEPORTE” (1998), pág. 277)
- 45: BOOLSTIFTUG, Heirich “Las mujeres en el fútbol: una mirada feminista” (2002))

ANEXOS

ANEXO 1

FICHA DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
COMUNICACIÓN SOCIAL

NOMBRES DE LOS ENCUESTADORES: MARCO APUGLLÓN, KLEBER MOLINA

OBJETIVO: La presente encuesta permite recoger resultados para la elaboración de un segmento radial deportivo solo para mujeres.

DATOS PERSONALES:

Edad:..... **Sexo:** Masculino () Femenino () **Ciudad:**.....

Marque con una X la respuesta que crea conveniente

1.- ¿Escucha Ud. La radio?

Si (....)

No (....)

2.- ¿Con que frecuencia Ud. Escucha la radio?

Diariamente..... Semanalmente..... A veces.... De vez en cuando..... Nunca.....

3.- ¿Sintoniza Ud. la Radio Novedades o Radio Elite?

Si (....)

No (....)

4.- ¿Escucha Ud. programas radiales deportivos?

Si (....)

No (....)

5.- ¿Qué programas deportivos escucha Ud.?

“Solo Deportes” de Radio Novedades (....)

“Elite Deportes al medio día” Radio Elite (....)

6.- ¿Le gusta a Ud. el fútbol femenino?

Si (....)

No (....)

7.- ¿Ud. cree que la mujer se vuelve menos femenina al practicar el fútbol?

Si (....)

No (....)

8.- ¿Cree Ud. importante la práctica del fútbol femenino a nivel provincial?

Si (....)

No (....)

9.- ¿Considera Ud. que debería existir un espacio radial deportivo de fútbol femenino en la ciudad?

Si

No

10.- ¿Considera Ud. que el espacio radial deportivo de fútbol femenino sea conducido por una mujer?

Si

No



FICHA DE ENTREVISTA

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
COMUNICACIÓN SOCIAL

NOMBRES DE LOS ENCUESTADORES: MARCO APUGLLÓN, KLEBER MOLINA

OBJETIVO: La presente entrevista permite recoger resultados para la elaboración de un segmento radial deportivo solo para mujeres.

- 1.- ¿Usted como entrenador de fútbol que opina del fútbol femenino?
- 2.- ¿Qué opina usted sobre la participación de la mujer en esta actividad deportiva?
- 3.- ¿Qué diferencia existe entre fútbol femenino y masculino?
- 4.- ¿Cuál es el trato que reciben las mujeres en la práctica del fútbol?
- 5.- ¿Creó usted que debería existir escuelas de fútbol femenino?
- 6.- ¿Qué opinión tiene usted acerca de la selección de fútbol ecuatoriana femenina?
- 7.- ¿Qué acogida creó usted que tienen las mujeres en las escuelas de fútbol?
- 8.- ¿Qué métodos utilizaría usted en el caso de dirigir un equipo femenino?



FICHA DE ENTREVISTA

ANEXO 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS COMUNICACIÓN SOCIAL

NOMBRES DE LOS ENTREVISTADORES: MARCO APUGLLÓN,
KLEBER MOLINA

OBJETIVO: La presente entrevista permite recoger resultados para la elaboración de un segmento radial deportivo solo para mujeres.

- 1.- ¿Cómo es la acogida de las personas en los programas deportivos?
- 2.- ¿Dentro de los programas deportivos ha escuchado hablar de fútbol femenino?
- 3.- ¿En estos últimos 5 años cree que se ha dado relevancia al fútbol femenino?
- 4.- ¿Qué importancia dieron los medios radiales deportivos entorno a la séptima copa América femenina realizada en nuestro país en el año 2014?
- 5.- ¿Cómo considera usted a las mujeres que practican este deporte?
- 6.- ¿Creó usted que al fútbol femenino se le debe dar la misma importancia que el masculino?
- 7.- ¿Creó usted que al crear un espacio deportivo femenino obtendrá una buena acogida?
- 8.- ¿Creó que existe los programas necesarios para difundir el fútbol femenino?

FICHA DE ENTREVISTA

ANEXO 4



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS COMUNICACIÓN SOCIAL

NOMBRES DE LOS ENVISTADORETADORES: MARCO APUGLLÓN,
KLEBER MOLINA

OBJETIVO: La presente entrevista permite recoger resultados para la elaboración de un segmento radial deportivo solo para mujeres.

- 1.- ¿Porque le gusta jugar fútbol?
- 2.- ¿Desde qué edad practica usted el fútbol?
- 3.- ¿Cree usted que el fútbol femenino aporta al desarrollo de la provincia en el ámbito deportivo?
- 4.- ¿Que opina usted sobre la inclusión de la mujer en el fútbol femenino?
- 5.- ¿Coméntenos cuál es su ídolo del futbol y por qué?
- 6.- ¿Cuantos días a la semana practica el fútbol?
- 7.- ¿Cree que existe diferencia entre el fútbol femenino y el masculino?
- 8.- ¿Cuál son sus proyectos a futuro dentro del fútbol femenino?