



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PARTICIPACIÓN
DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO RADIAL DE LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA. PRIMER SEMESTRE 2014**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORA

JESSICA JAZMÍN YAGUAL SEGARRA

TUTOR:

LIC. ANTONIO VERGARA

LA LIBERTAD - ECUADOR

2015

TRIBUNAL DE GRADO

Lic. Guillermo Santa María MSc.

Lic. Milton González Santos MSc.

Decano de la Facultad de Ciencias Sociales Director de Escuela de la Carrera de
Comunicación Social

Profesor de área

Lic. Antonio Vergara López

Profesor Tutor

Ab. Joe Espinoza Ayala

Secretario General

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico a mi familia por su apoyo incondicional durante todo mi proceso de estudios, por esas largas noches de espera, paciencia y amor. Dedico esta tesis a mi madre por ser una mujer extraordinaria que siempre me ha apoyado a pesar de todas las circunstancias por las que he atravesado en la vida.

Gracias a todas aquellas personas que me dieron una palabra de aliento cuando yo quería desmayar en mis procesos de preparación universitaria a todas y cada uno un abrazo fraterno por su mano amiga y por fortalecerme con sus consejos.

Autora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios Todopoderoso, familiares y amigos por haber sido ese puente para que pueda alcanzar mis sueños, fortalecer mi confianza y seguridad en mi misma y servir con mi profesión a mi Ecuador querido.

De manera especial también agradezco a cada uno de los docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena quienes con sus sabias enseñanzas hicieron que me prepare dentro de las aulas de esta distinguida Alma Máter para así entregar a la patria una gran profesional.

Autora

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR



CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de la Carrera de Comunicación Social, nombrado por el Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

CERTIFICO:

Que he analizado el Trabajo de Titulación de Grado presente por el Sr. **JESSICA JAZMÍN YAGUAL SEGARRA**, como requisito previo para optar por el Grado Académico de Licenciado, cuyo tema es:

"LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO RADIAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. PRIMER SEMESTRE 2014".

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Considero aprobado en su totalidad.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Antonio Vergara López', written over a light blue rectangular background.

Antonio Vergara López
Tutor
La Libertad, Abril 29 del 2015

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

INFORME DEL URKUND

The screenshot displays the URKUND software interface. On the left, there is a sidebar with the URKUND logo and a list of documents:

- Document: 2016-12-15-15:15:15-15:15:15
- Metadata: 2016-12-15-15:15:15
- Metadata: 2016-12-15-15:15:15
- Metadata: 2016-12-15-15:15:15
- Metadata: 2016-12-15-15:15:15

The main area shows a list of documents with columns for 'id', 'file', and 'file name'. A yellow box highlights the file path: `C:\Users\Antonio\Documents\tesis tutor\Yagual Segal Urkund.png`.

id	file	file name
1	2016-12-15-15:15:15-15:15:15	2016-12-15-15:15:15-15:15:15
2	2016-12-15-15:15:15-15:15:15	2016-12-15-15:15:15-15:15:15
3	2016-12-15-15:15:15-15:15:15	2016-12-15-15:15:15-15:15:15
4	2016-12-15-15:15:15-15:15:15	2016-12-15-15:15:15-15:15:15
5	2016-12-15-15:15:15-15:15:15	2016-12-15-15:15:15-15:15:15
6	2016-12-15-15:15:15-15:15:15	2016-12-15-15:15:15-15:15:15
7	2016-12-15-15:15:15-15:15:15	2016-12-15-15:15:15-15:15:15
8	2016-12-15-15:15:15-15:15:15	2016-12-15-15:15:15-15:15:15
9	2016-12-15-15:15:15-15:15:15	2016-12-15-15:15:15-15:15:15
10	2016-12-15-15:15:15-15:15:15	2016-12-15-15:15:15-15:15:15

ÍNDICE GENERAL

Carátula.....	I
Tribunal de grado.....	II
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Certificado de aceptación del tutor	V
Certificado del gramatólogo.....	VI
Informe del Urkund.....	VII
Índice General.....	VIII
Lista de anexos.....	XII
Índice de tablas.....	XII
Índice de gráficos.....	XIII
Resumen.....	XIV
Introducción.....	XV
Título del tema.....	16
Antecedentes del problema	17
El problema.....	19
Ubicación del problema: contexto.....	19
Situación conflictiva a señalar.....	20
Matriz de causas y consecuencias del problema.....	20
Planteamiento del problema.....	22
Delimitación del problema.....	23
Justificación del tema.....	23
Objetivos de la investigación.....	24
General.....	24
Específicos.....	24
Hipótesis a defender.....	25
Operacionalización de variables.....	26
Variable independiente.....	26
Variable dependiente.....	27

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Estrategias de comunicación participativa.....	29
Importancia de la comunicación.....	30
Estrategias de comunicación.....	31
Técnicas de comunicación grupal.....	32
La comunicación participativa.....	33
Participación y estrategia para la comunicación efectiva.....	34
Retos de la comunicación participativa.....	35
Valores de la comunicación participativa.....	36

MARCO REFERENCIAL O CONTEXTUAL

Medios de comunicación en la provincia de Santa Elena.....	37
Historia y evolución de la radio.....	37
Radios de Santa Elena.....	39
El periodismo deportivo.....	41
Responsabilidades de los medios de comunicación social.....	42
El periodismo ético y participativo.....	42

MARCO CONCEPTUAL

Medios de comunicación.....	43
Comunicación social.....	43
Periodismo deportivo.....	43
Estrategias Comunicacionales.....	43
Fuentes de Información.....	43
Técnicas de Información.....	44
Participación.....	44

Sociedad.....	44
Ciudadanía.....	44
Mujer.....	44
Ética.....	44
Locutor.....	45
Receptor.....	45
Responsabilidad.....	45
Comentarios.....	45

MARCO LEGAL

Constitución de la República.....	46
Principio de aplicación de los derechos.....	46
Comunicación e información.....	46
Régimen del Buen Vivir.....	46
Ley de Comunicación.....	47
Disposiciones preliminares.....	47
Derechos a la comunicación.....	47
Regulación de contenidos.....	47

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Modalidad de la investigación.....	48
Diseño de la investigación.....	48
Métodos de la investigación.....	49
Tipos de investigación.....	49
Población y muestra.....	50
Instrumentos de investigación.....	51

CAPITULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Procesamiento y análisis.....	53
Conclusiones.....	65
Recomendaciones.....	66

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

Título.....	68
Justificación.....	69
Diagnóstico.....	69
Fundamentación teórica de la propuesta.....	70
Filosófica.....	70
Pedagógica.....	70
Psicológica.....	71
Educativa.....	71
Sociológica.....	72
Legal.....	72
Objetivos de la propuesta.....	73
Objetivo general.....	73
Objetivos específicos	73
Factibilidad social.....	74
Factibilidad legal.....	74
Costos de honorarios.....	74
Manual de estrategias de comunicación.....	76
Descripción de la propuesta.....	82
Bibliografía.....	86
Anexos.....	90

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de involucrados.....	90
ANEXO 2: Cuadro de referencia investigativa.....	91
ANEXO 3: Encuesta.....	92
ANEXO 4: Oficio a las radios	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No.1 Delimitación del problema.....	21
Tabla No.2 Operacionalización variable independiente.....	26
Tabla No.3 Operacionalización variable independiente.....	27
Tabla No.4 Pregunta No.1.....	53
Tabla No.5 Pregunta No.2.....	54
Tabla No.6 Pregunta No.3.....	55
Tabla No.7Pregunta No.4.....	56
Tabla No. 8 Pregunta No.5.....	57
Tabla No.9 Pregunta No.6.....	58
Tabla No.10 Pregunta No.7.....	59
Tabla No.11 Pregunta No.8.....	60
Tabla No.12 Pregunta No.9.....	61
Tabla No.13 Pregunta No.10.....	62
Tabla No.14 Pregunta No.11.....	63
Tabla No.15 Pregunta No.12.....	64
Tabla No.16 Costo de honorarios.....	75
Tabla No.17 Manual metodológico.....	76
Tabla No.18 Matriz de involucrados.....	84
Tabla No.19 Cuadro de referencia investigativa.....	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico No.1	Pregunta No.1.....	53
Gráfico No.2	Pregunta No.2.....	54
Gráfico No.3	Pregunta No.3.....	55
Gráfico No.4	Pregunta No.4.....	56
Gráfico No. 5	Pregunta No.5.....	57
Gráfico No.6	Pregunta No.6.....	58
Gráfico No.7	Pregunta No.7.....	59
Gráfico No.8	Pregunta No.8.....	60
Gráfico No.9	Pregunta No.9.....	61
Gráfico No.10	Pregunta No.10.....	62
Gráfico No.11	Pregunta No.11.....	63
Gráfico No.12	Pregunta No.12.....	64

“LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO RADIAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. PRIMER SEMESTRE 2014”

Autora: Jessica Jazmín Yagual Segarra

Tutor: Lic. Antonio Vergara

RESUMEN

El presente trabajo de investigación aborda una temática interesante en el campo de periodismo radial y, la participación de la mujer profesional en el campo del periodismo deportivo en las emisoras de la provincia de Santa Elena. El objetivo de esta investigación es conocer desde qué perspectiva la mujer busca hacer periodismo deportivo, empleando así estrategias de comunicación participativa para analizar desde otra óptica la importancia de la comunicación. En esencia este trabajo de grado busca analizar los componentes, técnicas y modelos de comunicación que se debe utilizar dentro de las radios de la provincia de Santa Elena, y así brindar a la ciudadanía un periodismo ético y responsable en base a estrategias comunicacionales y la actual Ley de Comunicación vigente en el Ecuador. Por otro lado esta investigación es muy importante porque trata de que la mujer que incursiona el campo de la comunicación social enfrente nuevos desafíos en del periodismo radial, abriendo nuevos paradigmas y horizontes y entregar a la sociedad información fidedigna y confiable logrando, cumplir con las normas deontológicas y éticas que todo profesional de la comunicación debe respetar y acatar.

Palabras claves.-Comunicación, estrategias, participación, ciudadanía, técnicas, periodismo deportivo, ley, mujer.

INTRODUCCIÓN

Dentro del proceso de investigación se busca contribuir al desarrollo de los medios de comunicación radial de la provincia de Santa Elena y conocer qué estrategias de comunicación se debe emplear para la participación de la mujer en el periodismo deportivo.

Durante el proceso de investigación se ha observado que en las radios de esta región sí se hace periodismo deportivo, pero la mujer no incursiona en este campo, por ello la preocupación frente a estos hechos son preocupantes, ya que todos los seres humanos gozan de los mismos deberes, derechos y obligaciones; de tal forma que la mujer debe ser tratada de la misma manera que un hombre debido a que la condición de ser fémina no delimita a que pueda ser igual a un hombre. La tesis es que: por la condición de ser mujer no tiene las mismas oportunidades.

Para esto la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 11 numeral 2 manifiesta que: “Todas las personas son iguales y gozarán derechos, deberes y oportunidades”. Desde este punto de vista la mujer como fémina y profesional debe hacer prevalecer lo que determina la ley, obteniendo así importancia en la sociedad y en el área donde ejerce su actividad profesional. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

La mujer profesional en el campo de la comunicación debe dejar atrás prejuicios sociales, mirar hacia el futuro e impulsar sus visiones de vida, demostrando que la condición de género no debe ser una determinación para no incursionar en el mundo del periodismo deportivo.

1. TÍTULO DEL TEMA

LAS ESTRATEGÍAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO RADIAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. PRIMER SEMESTRE 2014

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Muchos teóricos afirman que el periodismo deportivo nace en siglo XX, pero muchos científicos afirman que este apareció desde los inicios. Sin embargo, las sociedades del mundo reconocen que las actividades deportivas que realizan los seres humanos ayudan no solo a la salud humana sino también a los procesos de culturalización.

Sin embargo el poder económico que mueve el deporte y su capacidad de influir en las personas, es sorprendente ver a niños, jóvenes y adultos correr por las calles, jugar fútbol o baloncesto, además apasionarse con las carreras de automóviles y hasta irse de paseo a las playas y observar los campeonatos de surf, marcando así a la sociedad .

Pero los procesos históricos se marcan desde las culturas del Medio oriente y Mesopotamia dando así, evidencias de que las civilizaciones antiguas se recreaban; evidentemente la arqueología ha dejado estas evidencias. Por ejemplo en la Edad Media las ideas religiosas formaban la concepción de estas disciplinas como el juego del ajedrez, de pelota, combate de lanzas a caballo, entre otros, por otra parte, la historia narra que en Japón y el pueblo Azteca se practica la destreza de guerra. (Lozano, 2010)

Pero, el renacimiento de las actividades deportivas no queda ahí con la aparición del periodismo deportivo como un elemento esencial para las actividades, las asociaciones deportivas influyen en los periodistas deportivos en los diferentes lugares del Ecuador y el Mundo. Por ejemplo existen medios que solo se especializan en el ámbito deportivo como los periódicos El 'Équipe en Francia, La Gazzetta dello, Sport en Italiay las emisoras radiales en Estados Unidos como emisoras Sports Illustrated y Sporting News y el canal de televisión ESPN.

Actualmente en muchos países del mundo las estrategias de comunicación son adecuadas, por ejemplo las reporteras incursionan en el periodismo deportivo a partir de la década de los 70 y eran ellas quienes ingresaban a los camerinos a entrevistar a los grandes deportistas, esto gracias al proceso mediático al que se sometían los medios.

Los reporteros deportivos desde 1980 por diversos conflictos de poderes, el fútbol soccer, el tenis y el golf se han visto sometidos a manejar grandes principios éticos en el ámbito profesional.

Los reporteros deportivos se ven sometidos con gran frecuencia a la premura de la información, en grado mayor a los periodistas de otras áreas, debido a que, los eventos deportivos a modo mundial ocurren con frecuencia a altas horas del día, e incluso de la noche. Sin embargo, se espera que ellos utilicen las mismas herramientas que los demás profesionales de la información y mantengan los mismos principios éticos y de rigor profesional.

Por ejemplo si al recordar un poco de historia del Periodismo deportivo en Europa, Inglaterra, Francia e Italiana sin duda se recordará al comentarista Neville Cardus del Manchester Guardian, durante la primera

mitad del siglo XX, luego aparece John Arlott, quien después fue mundialmente conocido por sus comentarios en laBBC y por sus poesías y ya para las décadas de los 50 y 60 el periodismo deportivo tomo fuerza en la prensa escrita y radial.(Fundación Wikimedia.Inc, 2014).

Pero durante el proceso histórico, la mujer profesional en el campo de la comunicación al igual que el periodismo ha ido construyendo poco a poco los principios de libertad humana y ha roto los estereotipos y prejuicios sociales, ha ido construyendo un espacio en el ambiente creando así un entorno adecuado para la participación de ella. Para esto se cita la presencia de las mujeres en el periodismo mexicano en los años 1987,1997 y recientemente en el 2003, que han tenido que lidiar con los prejuicios sociales pero que han alcanzado sus metas y se han fortalecido en su profesionalismo.

Según Claudia Ivette Pedraza Bucio maestra en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México en su artículo “Las Mujeres en el periodismo deportivo”: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes, menciona la frase de Hernández Téllez (2006) y sostiene que: “el panorama de los espacios que ocupan las mujeres en los medios ha estado históricamente marcado por su participación en un coro cerrado y relegado”. (Bucio, Mujeres , 2012)

Lo que afirma Téllez es la incansable posición de las mujeres frente al periodismo deportivo en el Ecuador durante las última década de siglo XX y que a partir del año 2000 toma mayor fuerza e interés de parte del estado, cuando incorpora un gran porcentaje de mujeres en cargos de cartera de estado, donde se han desempeñado con gran altura y responsabilidad, demostrando que la mujer puede incurrir en diferentes áreas profesionales; poder citar a grandes mujeres de la televisión

ecuatoriana que han marcado un hito histórico como lo es María José Flores en la Televisión TC Televisión, Dayana Passailagui en Ecuavisa, entre otras, pero lo cierto es que en los medios radiales pocas son las mujeres que ocupan este nicho del periodismo deportivo quizás por prejuicios o estereotipos arraigados socialmente.

2.2 EL PROBLEMA

2.2.1 UBICACIÓN DEL PROBLEMA: CONTEXTO

Los medios de comunicación radiales de la provincia de Santa Elena actualmente emiten noticias deportivas extraídas de la prensa escrita nacional o de los portales web. Sin embargo no solo esto es preocupante sino que los que informan este tipo de contenidos y los que lo abordan son los hombres.

Entonces partiendo desde este antecedente podemos darnos cuenta que las mujeres que ejercen la comunicación social en los medios de la provincia de Santa Elena no incursionan en este campo del periodismo deportivo, el hecho es que pocas mujeres se interesan por este campo, y aunque en estos tiempos no está restringida su incursión en el deporte primero como práctica, no llega aún a un desarrollo total y el caso de las mujeres periodistas en la información deportiva, no se ejerce en la región, quizá por temor a ser objeto de críticas, y no porque le falte la capacidad para alcanzar el protagonismo y proyectarse hacia el ejercicio de la profesión.

2.3 SITUACIÓN CONFLICTO A SEÑALAR

Las mujeres que trabajan en las emisoras de la provincia de Santa Elena no han tomado protagonismo participativo e incursionado en el ámbito del

periodismo deportivo, esto quizás por la falta de preparación en este importante nicho de la comunicación. Sin embargo, la carencia de estrategias de comunicación para el manejo adecuado de la información y comunicación ha causado insuficiencia en los programas deportivos radiales debido a que las mujeres no locutan este tipo de noticias.

Por otro lado, la no adopción de las normas deontológicas de la Ley de Comunicación de forma correcta y el desinterés de los directivos de las radios es un causante para la desmotivación de la mujer profesional dentro de los medios de comunicación.

Para esto, citamos al artículo 10 de la Ley de Comunicación que manifiesta que todas las personas naturales y jurídicas deben participar en los proceso comunicacional, el respeto a la dignidad humana y por ende crear y fomentar los principios y normas deontológicas. (Asamblea Nacional Constituyente, 2013)

2.4. MATRIZ DE CAUSAS Y CONSECUENCIAS DEL PROBLEMA

Dentro de las posibles causas que ocasiona el problema en la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial de la Provincia de Santa Elena - Primer Semestre 2014:

CAUSAS	CONSECUENCIAS
Falta de Preparación Académica.	Baja calidad de programas deportivos

Pocas estrategias de comunicación participativa en el área deportiva.	No existe participación de la mujer profesional en el periodismo deportivo.
Insuficientes programas deportivos radiales.	Desinterés de los directores de radio
Desmotivación de la profesional en el área deportiva por ser poca la remuneración.	Limitación económica del medio de comunicación.

TablaN.-1 -Elaborado por:Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Preguntas de la Investigación:

¿De qué manera las comunicadoras sociales en las radios deben prepararse para incursionar en el periodismo deportivo?

¿Cómo influye la utilización de estrategias comunicacionales para lograr que la mujer incursione en el periodismo deportivo?

¿Por qué los directivos de las radios de la provincia de Santa Elena no han permitido que las comunicadoras sociales realicen periodismo deportivo dentro de las cabinas radiales?

¿Cómo pueden mejorar las comunicadoras sociales que trabajan en las radios, la entrega de información dentro del periodismo deportivo?

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Durante el proceso de indagación se ha captado que las radios de la provincia de Santa Elena además de no crear ese espacio para que las mujeres incursionen en el periodismo deportivo radial, la información y comunicación, no posee un adecuado tratamiento debido a que los locutores solo dan lectura a las noticias publicadas en la prensa escrita y la web, esto sin duda alguna causa un vacío en la entrega de la información.

Sin embargo la situación actual de las mujeres por ganarse un espacio en los programas deportivos sigue siendo un problema debido a que el sexo masculino ocupa todas esas plazas, creando desigualdades y contradicciones, entonces el propósito es crear estrategias para que las comunicadores sociales incursione en el mundo del deporte, asistiendo así al área donde se dan los acontecimientos, realizando reportajes y locutando dentro de las cabinas de las radios.

Todas las mujeres son capaces de incursionar en cualquier ámbito de la profesión en que se desenvuelvan y el hecho de ser féminas no quiere decir que no puedan aprender temáticas sobre el mundo deportivo, narrando y comentando un partido de fútbol, una carrera de automovilismo o una pelea de box, partido de tenis, etc. Cabe mencionar que una mujer indistintamente de su condición es igual que un hombre y tiene derecho a involucrarse en este mundo deportivo, ser respetada, valorada e incentivada por su trabajo y reconocida por su labor periodística.

3.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo inciden las estrategias de comunicación en la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial?

3.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

3.2.1 ESPACIAL:Medios de comunicación radiales de la provincia de Santa Elena

3.2.2 TEMPORAL:Año 2014.

4. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

La temática:“Las estrategias de comunicación para la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial de la provincia de Santa Elena. Primer semestre 2014”, pretende desplegar acciones que permitan la participación de la mujer en el periodismo deportivo, logrando así que la misma pueda llegar a niveles de igualdad de participación en espacios de notas o narración deportiva en los medios radiales de Santa Elena.

Esta investigación revela cuanta necesidad poseen las radios de Santa Elena, los comunicadores sociales deben tener en cuenta que se debe despertar el interés de los oyentes a través de los espacios deportivos, pero no solo eso sino, recordar que la radio es un medio de comunicación que no pasará de moda a pesar de la evolución tecnológica; más bien se mantiene y está bajo la accesibilidad de todos, como es el campesino, el pescador, el albañil, el conductor etc. sin necesidad de captar toda la atención de los sentidos, sino solo la atención auditiva.

Es necesario también recalcar que esta tesis se sustenta en bases a líneas de investigación de comunicación, cultura y desarrollo de la carrera de Comunicación Social de Universidad Estatal Península de Santa

Elena, tomando como referencia la línea periodismo radial, a su vez se utiliza en esta indagación el Plan Nacional del Buen Vivir, la Ley Orgánica de Comunicación y la Constitución de la República.

La tesis es fundamental porque busca implementar ideas innovadoras, que aporten a la posesión de los medios desde otra perspectiva social, beneficiando así a la ciudadanía y a los locutores, llevando a cada hogar un periodismo deportivo responsable, marcando caminos en la historia de las radios de Santa Elena y haciendo a las mismas más entretenidas, creando un mayor nivel de aceptación y erradicando la monotonía de los programas deportivos actuales.

5.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer a través del proceso investigativo las estrategias de comunicación para alcanzar participación de la mujer en el periodismo deportivo radial en la provincia de Santa Elena.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Analizar por medio de los fundamentos teóricos las bases de las estrategias de comunicación para lograr la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial.

Conocer a través de los instrumentos de investigación cómo el periodismo radial puede brindar a las mujeres un crecimiento profesional efectivo.

Proponer el diseño un manual de estrategias de comunicación para la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial.

6.- HIPÓTESIS Y/O A DEFENDER

6.1. SEÑALAMIENTO DE LA HIPÓTESIS

Si las estrategias de comunicación están correctamente definidas, entonces, esto influirá en la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial.

6.2. VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE (CAUSA)

Estrategias de comunicación.

VARIABLE DEPENDIENTE (EFECTO)

Participación de la mujer en el periodismo deportivo radial.

6.3 MATRIZ DE LA OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES INDEPENDIENTE (CAUSA)	DEFINICIONES CONCEPTUALES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
Estrategias de Comunicación	<p>Estrategia: Es la forma como se dirige un asunto por medio de reglas establecidas para tomar una decisión adecuada. (Diccionario de la Real Academia Española, 2015)</p> <p>Comunicación: Es todo proceso o forma de manifestar algún asunto o acontecimiento mediante un código que sea entendible para el receptor. (DRAE, 2015)</p> <p>Las estrategias de comunicación son procesos que permiten que los periodistas deportivos sepan que van hacer al momento de informar e investigar en la comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Participación ciudadana. • Herramientas de comunicación. • Canales de Comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos ciudadanos • Habilidades de locución • La radio. 		<p>Observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p>

Tabla N.-2- Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

VARIABLES DEPENDIENTE (EFECTO)	DEFINICIONES CONCEPTUALES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
Participación de la Mujer en el Periodismo Deportivo Radial	<p>Participación: Es la intervención esencial de una persona en un asunto. (Copyright WordReference.com, 2015)</p> <p>Mujer: Las féminas aparecen en el mundo a partir de la creación del mundo se le conoce como mujer porque su sexo es femenino.</p> <p>Periodismo: Es una forma en que las personas hacen comunicación e informan al mundo lo que pasa a nuestro alrededor y lo hace desde cualquier medio de comunicación. (Real Academia Española, 2015)</p> <p>Radio: Es un instrumento por el cual se emiten una serie de noticias para lograrlo posee un espectro radioeléctrico.</p> <p>Deportivo: Pertenece y relativo a las disciplinas que implica el esfuerzo físico de los seres humanos.</p> <p>Dar a conocer o informar sobre actividades deportivas que se genera en un determinado territorio, y de esta manera crear conocimientos para motivar a la mujer a informar acerca del deporte. Es importancia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicador Social • Conocimientos • Receptores • Sociedad 	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación • Técnicas de redacción • Información y comunicación • Identidad Nacional y ciudadanía 	<p>¿Cómo califica a los medios de comunicación radial?</p> <p>¿Qué tipos de redacción utilizan los periodistas radiales?</p> <p>¿Se informa de una manera ética y adecuada?</p> <p>¿Se promueven los deberes y derechos de las mujeres?</p>	<p>Observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p>

Tabla N.-3- Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 INTRODUCCIÓN

Actualmente gracias a la incursión de las mujeres en muchos ámbitos sociales y gracias al desenvolvimiento y equidad de género de todas y de todos, las féminas han impuesto su carácter y han hecho respetar sus ideologías y sueños rompiendo así la hegemonía o supremacía masculina, consiguiendo un espacio en la sociedad .

Ahora en este marco teórico se hará referencia a la participación de la mujer profesional en el campo de la comunicación para su participación en el periodismo deportivo de las radios de la provincia de Santa Elena, mostrando que las féminas sí pueden romper este tabú y los prejuicios sociales, y decidir incursionar en este campo del periodismo, quedando atrás aquellos años en que no se veía a la mujer trabajar en el mundo deportivo.

La primera reportera deportiva fue una gran intelectual, Anna María Martínez Sagi, en la directiva del fútbol español en el FC Barcelona, ella comenzó como deportista, años después ejerce como cronista deportiva y feminista. Esto fue solo el comienzo, un comienzo lento, pero que da la pauta para que la mujer se inicie dentro del ámbito deportivo, tanto así que, varios años después, María del Carmen Izquierdo y Mercedes Milá, incursionan en la televisión, siendo las pioneras en los telediarios, reportajes y entrevista. (Mazarrasa, 2012)

Una gran plataforma para estas profesionales de la comunicación fue el programa "Polideportivo" desde donde incursionan personajes como

Teresa Aranda y Olga Vizaa, y a quienes se toman como referencia, ya que de aquí en adelante, la mujer se abrió paso en el mundo del deporte.

El tiempo no se detiene y existen cosas que no cambiarán, pues el sexo femenino se está imponiendo en el mundo y con grandes expectativas. Nadie imaginó jamás que una mujer pudiese narrar un partido de fútbol, ya que ello implicaría el sustentar sus opiniones y comentarios, y se creía que ellas no conocían de técnicas.

Pero la realidad cambio, las grandes mujeres en el mundo cambiaron este paradigma social y en base a esto los directivos de los medios de comunicación de Santa Elena deben dar espacio a las féminas y crear oportunidades, ya que son pocas las mujeres que se interesan por este campo hay que permitirles que las que quieran participar en el periodismo deportivo tomen el protagonismo y proyecten el ejercicio de la profesión.

1.2 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La palabra comunicación proviene del latín communis que significa común. Cuando todas las personas se comunican lo que se pretende es establecer algo en común con otra u otras personas, tratar de compartir alguna información, una idea o una actitud y desde el punto de vista comunicacional los medios y las personas que ejercen la comunicación deben tener algo en común con la comunidad. (Idóneos.com, 1999)

Compartir alguna noticia o información acerca de algo o alguien, tanto para el emisor como el receptor es dar un mensaje que los acerque a los hechos con emotividad. Por ejemplo cuando se escucha en la radio que el equipo favorito de fútbol está jugando en el Estadio Alberto Spencer de Guayaquil las emociones irradian los rostros de los aficionados y los

sentidos auditivos captan los que los locutores manifiestan, lo captan porque a ellos les apasiona la disciplina.

Cuando una persona sintoniza la radio, lo hace con la finalidad de divertirse, de conocer un evento y sus particularidades, entonces la finalidad del locutor será persuadir al receptor acerca del contenido de la información.

Ahora bien, Carlos Ongallo en su libro *Manual de Comunicación (Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones)* Anzieu 1971, define que:

“La comunicación como el conjunto de los procesos físicos y psicológicos mediante los cuales se efectúa la operación de relacionar a una o varias personas – emisor, emisores- con una o varias personas – receptor, receptores-, con el objeto de alcanzar determinados objetivos.” (Ongallo, 2007)

Por lo tanto, hay que decir que la comunicación es el medio por el cual se establece un nexo entre el emisor y el receptor y esa operación a la que se refiere Anzieu son las estrategias de comunicación que tienen finalidad intercambiar información de tal forma que el periodismo deportivo posea contenidos adecuados para que no exista por parte de la ciudadanía censura a los medios de comunicación.

1.3 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACION

Es necesario dejar sentado que la comunicación ocupa un lugar de suma importancia en el mundo de los negocios, la educación, la política, entre otros. Para esto Luis Ramiro Beltrán Salmón indica en su libro *La*

comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de mediodécada, sostiene lo siguiente:

“Una política nacional de comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación de un país”.(Salmón, 2011)

Si bien es cierto, la comunicación es un negocio no solo en el Ecuador sino también en el Mundo y comprender su importancia es tarea de todos los comunicadores sociales, debido a que medida que un individuo crece profesionalmente en este ámbito debe poseer más responsabilidad, comprendiendo así que la comunicación y la información que se emite cada día en los medios debe ser lo más transparente posible y entendible.

Ahora, con la actual Ley de Comunicación, los medios deben tener principios y normas deontológicas que guíen la conducta de los comunicadores y sus labores en el campo de la comunicación de tal forma que los ciudadanos reciban información fidedigna.

1.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA UN PERIODISMO DEPORTIVO ADECUADO.

La estrategia de comunicación es una destreza que los medios deben manejar para emitir noticias programadas y planificadas, que no solo entretenga a los receptores, sino más bien los eduque. Por ejemplo el periodismo deportivo sea apasionante para la mujer profesional, es un primer paso porque cambia las percepciones de las personas dentro de la región creando así un espacio de interacción humana.

Para esto Ruth Covarrubias en su artículo El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo, desde la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco hace referencia a lo que Ariel Leguizamón conductor del programa “Protagonistas Jalisco” en México declara que:

**“Sin lugar a dudas, el periodismo deportivo lo puede ejercer cualquiera, siempre y cuando se capacite, eso no es para cualquiera que anda en la calle, sentarlo delante de una cámara, ponerlo delante de un micrófono, o ponerlo a redactar, obviamente no pueden, tienen que hacer una capacitación, anterior. Y la mujer tranquilamente puede hacer una carrera muy grande muy amplia, con una trayectoria inmensa y lograr un prestigio importante, siempre y cuando se capacite de manera permanente y tenga una actitud competitiva ante el medio o para el medio, no es una cuestión de sexos, es una cuestión de capacidad”.
(Covarrubias, 2006)**

Las estrategias de comunicación dentro del periodismo responden a una necesidad o búsqueda de solución a un problema, definiendo así los procesos que nos encaminen a mostrar una realidad de forma más idónea y efectiva. Sin duda alguna Ariel Leguizamón no se equivoca; las mujeres si pueden ejercer periodismo deportivo en Santa Elena, solo se debe abrir espacios de capacitación y preparación para que las féminas incursionen en este campo apasionante de la comunicación social.

1.5 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN GRUPAL

En el libro Teoría de la Comunicación de Manuel Martín Serrano, José Luis Piñuel Raigada, Jesús Gracia Sanz y María Antonia Arias Fernández se hace referencia a la información como un ícono importante para el crecimiento social y que con el uso adecuado de las técnicas de

comunicación grupal se puede desarrollar un buen periodismo ético y responsables, es por ello que estos autores sostienen que:

“La capacidad de comunicar supone la aptitud por parte del ser vivo para diferenciar los estímulos susceptibles de convertirse en preceptos respecto a las demás señales, cuando esas señales se transmiten a través de un canal determinado.”(Manuel Martín Serrano, 1981)

Para los autores, la capacidad de comunicar va arraigada a los estímulos de las personas, en este caso en el periodismo deportivo; hay diferentes técnicas de comunicación grupal para transmitir una noticia, por ejemplo a través del comentario, un periodista de radio puede expresar diversas emociones y emitirlas con el proceso del habla a los receptores.

1.6 LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Toda acción de comunicación tiene un lugar dentro de los procesos sociales y responde a las necesidades de la sociedad. En efecto incidir por medio de la comunicación es un punto importante ya que se imparte conocimientos de forma planificada y bajo proceso de participación.

Alfonso Gumucio Dagron en su libro Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo sostiene que:

“Las culturas locales son vistas como barreras para el desarrollo y la modernización, por ello es importante lanzar masivamente mensajes homogéneos y homogeneizadores, los mismos para cualquier contexto social y cultural.” (Dagron, 2011)

El autor hace entender por medio de este análisis que los procesos de desarrollo y modernización poseen barreras y esas mismas barreras no

permiten que los mensajes sean emitidos como una comunicación participativa que involucre a todas las personas desde cualquier proceso o cambio cultural.

Sin embargo para que exista una comunicación participativa que facilite el diálogo y la participación de las personas se requiere de una estrategia común de desarrollo, con el objetivo de impulsar y ejecutar un conjunto de actividades para contribuir al proceso de participación y educación.

1.6.1 PARTICIPACIÓN Y ESTRATEGIA PARA LA COMUNICACIÓN EFECTIVA

Caracterizar la participación de la mujer en los medios radiales de la Provincia de Santa Elena es un verdadero reto y más aún romper los prejuicios sociales y, promueve la reflexión sobre las diferentes acciones en las que se pueden implementar las féminas para el alcance de su participación en el periodismo deportivo.

El autor Guy Bessette en su libro *Facilitar el diálogo, el aprendizaje y la participación para el manejo de los recursos naturales* manifiesta:

“La comunicación participativa para el desarrollo toma un enfoque diferente. Sugiere que en lugar de informar a la gente para tratar de cambiar su comportamiento o actitudes, es necesario concentrarse en facilitar los intercambios entre los varios asociados involucrados.” (Bessette, 2006)

El enfoque de la comunicación participativa en este caso para la inserción de la mujer en el periodismo deportivo no radica en cambiar su comportamiento debido a que esto es algo innato del ser humano, sino

más bien se debe facilitar un espacio de intervención en la toma de decisiones de las féminas.

La sociedad actual debe romper los estereotipos sociales y respetar de forma equitativa a las personas y aceptar que, tanto los hombres como las mujeres tienen las mismas capacidades para desempeñarse en su profesión o en cualquier ámbito de desenvolvimiento social.

1.6.2 RETOS DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Dentro de los retos que debe asumir el comunicador social en la comunicación participativa es el diálogo abierto con sus jefes, familias y amigos dado que el intercambio de experiencias facilita la comprensión de las cosas y crea nuevas expectativas para el desarrollo de la comunicación e información.

Antonieta Muñoz-Navarro y Carlos Del Valle Rojas en su libro *Actualidad y desafíos de la comunicación para el cambio social: Formación y requerimientos de los profesionales de la comunicación* manifiesta que para Gumucio-Dagrón y Tufte la comunicación para el cambio social es:

“El proceso de diálogo y debate basado en la participación y en la acción colectiva, a través del cual la propia gente determina lo que necesita para mejorar sus vidas”. (Rojas, 2011)

Sin duda alguna los retos de la comunicación participativa deben basarse en el diálogo para así reflexionar que aunque sean hombres o mujeres el reto de la profesión a la que uno se ha entregado debe ser apasionante y, que esa misma emoción ponga a servicio de la comunidad a la que se pertenece sin importar los prejuicios sociales.

1.6.3 VALORES DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La comunicación participativa debe estar enfocada en valores adecuados para el correcto uso de la información y comunicación en el Ecuador, para esto el Manual para el Diseño participativo de estrategias de comunicación del Centro de Comunicación Voces Costa Rica 2011 refiere que:

“La comunicación participativa se rige por principios y valores que parten de una concepción liberadora del potencial de las personas para ser los artífices de su propio destino y transformar su realidad de exclusión, marginalidad y opresión”. (Centro de Comunicación Voces , 2011)

La comunicación participativa se debe encaminar a generar conocimientos en las personas y no describir solo la realidad, sino hacer que los ciudadanos sean los protagonistas de las noticias, transformando la realidad comunicacional y forjando una sociedad activa en ejercicio de los derechos sobre la base de la solidaridad, la cooperación, el respeto, la tolerancia y la equidad.

1.7 MARCO REFERENCIAL O CONTEXTUAL

1.7.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

En este marco contextual abordaremos todo los contenidos que hacen referencia a Las estrategias de Comunicación para la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial de la provincia de Santa Elena dentro del primer semestre del año 2014, la finalidad es conocer porque las mujeres que laboran en los medios radiales no han explotado ese potencial y no han tomado la posta dentro del escenarios deportivos de tal forma que los directivos de los medios de comunicación vayan descubriendo los talentos que poseen dentro de sus empresas.

Para el alcance y estudio de este marco referencial se trabajará en la provincia de Santa Elena, con sus tres cantones: Santa Elena, La Libertad y Salinas. Esta región cotanera geográficamente limita: norte con Manabí, al oeste con el Océano Pacífico y al este y sur con Guayas; la extensión de esta importante provincia es de 3,762.8 km² con una latitud de 655msnm y con 39,681 habitantes según el último censo efectuado por el gobierno nacional del Ecuador en el año 2010. (Prefectura de Santa Elena , 2011)

1.7.2 HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA RADIO

La radio es un medio tradicional que con paso de los años jamás pierde su esencia pero, es precisamente durante el siglo xx con el descubrimiento de las teorías electromagnetistas que este importante medio de comunicación empieza a cobrar fuerza. Sin embargo la nueva era tecnológica está cubriendo espacios importantes dentro de la sociedad; por tanto la sociedad, los medios de comunicación y los profesionales deben tratar de mantener viva a la radiodifusión. (Vizuet, 2009)

La radio sin duda por los años 1900 tiene muchos creadores como el italiano Guillermo Marconi, el alemán Heinrich Hertz, los ingleses James

Clero Maxwell, Jhon Ambrose, entre otros científicos, que lucharon para que la radio saliera al mundo y marcará un hito en la historia.

Mientras el invento más hermoso tenía que salir al mundo, los descubrimientos eran impresionantes y es ahí, cuando el joven alemán Heinrich Hertz produce las ondas de electromagnetismo o hertzianas que según su avance importe para la aparición de la radio; más tarde Sir Oliver Lodge intentó por primera vez generar una corriente de energía y da paso a la telegrafía, la radio ya estaba lista y fue en Bélgica en 1915 cuando se efectuó las primeras transmisiones de conciertos.

Pero el panorama de la radio no solo estaba en los países del primer mundo, también llega a Latinoamérica y aparece un 13 de junio de 1929; en la ciudad de Riobamba ha nacido radio El Prado convirtiéndose así en la primera radio nacional del Ecuador.

Las primeras personas en traer esta maravilla al Ecuador fueron el ingeniero Carlos Córdovez Borja, su esposa Leticia Borja y su hijo Jorge Córdovez. Sin embargo años más tarde el 25 de diciembre de 1931 aparece en la ciudad capital HCJB conocida como La Voz de los Andes, fue de esta forma como la radio va extendiéndose por todo el territorio nacional, ahora llegaría a Cuenca en 1936 con emisiones de 1 a 2 horas diarias y se llamaría La Voz del Tomebamba HC5EH, perteneciente a los señores Octavio y Humberto Espinosa y José Heredia. (Guerrero, 2006)

Pero la evolución de la radio continúa y da sus inicios en 1952 en Santa Elena cantón perteneciente en esos tiempos a la provincia del Guayas; su aparición se da gracias a las diligencias del señor Milton Pinoargote y su esposa, conocen a Don John M. Reed de Guayaquil y negocian 350 vatios de radio, apareciendo así "La Voz de la Península", emisora inaugurada el 17 de diciembre de 1952 por el párroco Fray Felipe

Cepeda; radio “La Libertad” que lamentablemente más tarde desaparece. En la actualidad la provincia de Santa Elena ya cuenta con 14 radios, en toda su región. (Pinagorte, 2010)

1.7.2.1 RADIOS DE SANTA ELENA

Durante el proceso de observación e investigación se logró captar que Santa Elena cuenta con 14 radios en esta importante cabecera cantonal y son: Radio Santa Elena 1450 AM, Genial 106.9 FM, Paraíso 106.5 FM, Ser 94.5 FM, Candente 102.5 FM.

Mientras que en La Libertad cuenta con las radios: Antena Tres 91.7 FM, Caracol 105.7 FM, La Voz de la Península 93.3 FM, Record 105.3 FM, Amor 89.3 FM asimismo en el cantón en Salinas existen 4 radios: Encuentro 100.9 FM, Salinas 103.3 FM, La Chola 94.1 FM y Náutica 97.3 FM.

Todos estos medios de radiales poseen parillas de programación diarias, semanal, mensual y trimestral, con variaciones; si tomamos en cuenta la regulación de contenidos como lo contempla el artículo 60 de La Ley de Comunicación en la que se establece la identificación y clasificación de los contenidos dentro de la difusión sonora y los horarios de programación estaremos hablando que los medios deben cumplir con su responsabilidad. (Constituyente del Ecuador , 2008)

Ahora bien, durante este proceso de indagación se encontró que la Radio Santa Elena 1450 AM y Genial 106.9 FM, no poseen locutoras radiales que trabajen dentro de estas emisoras y que de hecho el presupuesto de las mismas es muy bajo para la contratación y pago de los honorarios profesionales que le corresponden a un comunicador social. Por otro lado tenemos a la Radio Ser 94.5 FM en la que los fines de semana laboran dos mujeres locutando, en un espacio de programación musical, las

noticias deportivas extraídas de la prensa escrita nacional; por último la Radio Paraíso 106.5 FM y Candente 102.5 FM no poseen programaciones deportivas ni trabajan mujeres profesionales dentro de ellas. (Segarra., 2015)

Mientras tanto, en La Libertad en la radio Antena Tres 91.7 FM trabajan cinco mujeres de las cuales tres trabajan en la mañana y en la sección deporte del noticiero locutan las noticias deportivas extraídas de la prensa nacional y de las páginas web; las dos personas más realizan otros tipos de actividades concernientes a la comunicación pero ninguna hace periodismo deportivo, en las radios Caracol 105.7 FM, La Voz de la Península 93.3 FM, Record 105.3 FM, Amor 89.3 FM no trabajan mujeres solo se ha observado que los que laboran dentro de estas emisoras radiales son varones.

En Salinas y en las radios Encuentro 100.9 FM, Salinas 103.3 FM y Náutica 97.3 FM tampoco trabajan mujeres profesionales en el campo de la comunicación social ni de otra índole; en la radio La Chola 94.1 FM no poseen programación deportiva y por ende locutora para este espacio, pero si laboran mujeres dentro de la emisora radial.

En conclusión las radios no cuentan en su mayoría con mujeres profesionales que trabajen en el campo de la comunicación ni en las programaciones deportivas, esto debido a que las féminas no incursionan el campo del periodismo deportivo, y a su vez los dueños de las emisoras radiales no han contratado mujeres para que desempeñen su función de periodista, siendo esta una desventaja para los medios, debido a que el comunicador social debe cubrir todas las áreas pertinentes a su perfil de profesión dentro de las emisoras radiales y fuera de ellas.

1.7.3 EL PERIODISMO DEPORTIVO

El periodismo deportivo es uno de los campos de comunicación más apasionantes y abre un abanico de saberes al momento de emitir noticias sobre las disciplinas deportivas.

José Luis Rojas Torrijos periodista español en su blog "Periodismo Deportivo de Calidad" menciona que el profesor de Periodismo en la Universidad de Sevilla y autor del libro "Periodismo deportivo de calidad y coautor de Alto y Claro. Guía de pronunciación para la cobertura periodística de grandes eventos deportivos internacionales, indica: "Hacer un periodismo deportivo de calidad pasa hoy por diversificar la temática y adecuarla más a la realidad multideportiva existente de cada país o comunidad y en virtud de unos criterios de selección y jerarquización más noticiosos que comerciales". (Torrijos, 2010)

Si bien es cierto el periodismo deportivo ha dado una vuelta impresionante y se necesita cada vez más de profesionales que amen involucrarse en esta profesión; es la oportunidad para que las mujeres sean las creativas en reacción comunicativa y siendo provocada por la actividad deportiva y el periodismo.

1.7.4 RESPONSABILIDADES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Las radios de la provincia de Santa Elena deben ejercer el periodismo deportivo con absoluta responsabilidad tal como la Ley Orgánica de Comunicación establece en su artículo 19 que los medios deberán tener responsabilidad ulterior para asumir sus consecuencias administrativas para difundir todo los contenidos periodísticos informando así con

seriedad y fuentes de información adecuada. (Asamblea Nacional Constituyente, 2013)

Las mujeres que laboran dentro de las radios deben hacer un periodismo deportivo adecuado acatando la ley y así pueda haber confianza en ellas mismas; incursionar en este campo maravilloso de la comunicación les permitirá crecer profesionalmente.

1.7.5 EL PERIODISMO ÉTICO Y PARTICIPATIVO

Las personas que trabajan en las radios deben hacer un periodismo ético y responsable, de tal forma se debe emplear estrategias de comunicación para que la ciudadanía pueda participar. El objetivo de los medios de comunicación regional debe sostenerse además de la ley de comunicación en los objetivos del Buen Vivir por ejemplo, en el objetivo 2 se manifiesta que se debe mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía, los comunicadores sociales deben tener en cuenta que la radio no solo es un medio de comunicación que sirve para el entretenimiento, sino que por medio de este se puede educar a la ciudadanía. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2009)

En este caso abordando la temática el periodismo deportivo, este enseña mucha de las disciplinas a las personas y es ahí donde los periodistas deben enseñar la historia del deporte y cada rama, la idea es que muchos piensan que hablar de deporte es hablar solo de fútbol cuando esta no es la realidad, puesto que hay muchos campos que enseñar dentro del periodismo deportivo.

1.8 MARCO CONCEPTUAL

1.8.1 Medios de comunicación: Son órganos destinados a la información pública, entre estos tenemos: radios, prensa escrita, internet, televisión. Todos los medios de comunicación funcionan bajo un espectro radioeléctrico llegando así a emitir grandes acontecimientos y contando las grandes historias que pasan en el Ecuador y el mundo. (Real Academia de la Lengua Española, 2015)

1.8.2 Comunicación social: La comunicación social es una profesión que busca comunicar los sucesos o hechos sociales que son emitidos por medio de los medios masivos y por sus profesionales, los comunicadores sociales.

1.8.3 Periodismo deportivo: Es un nicho de la comunicación social que busca informar a los receptores sobre actividades deportivas dando así un tratamiento adecuado a la información y comunicación. (Real Academia Española, 2014)

1.8.4 Estrategias Comunicacionales: Son reglas o técnicas que permiten que el comunicador social investigue los hechos desde otra óptica respetando los reglamentos y la Ley de Comunicación y los principios deontológicos de los medios donde trabajan. (Diccionario de la Real Academia Española, 2012)

1.8.5 Fuentes de Información: Es el origen de algo o todo aquello que sirve para la indagación adecuada de los hechos y acontecimientos. Las fuentes de información pueden ser personales y hasta bibliográficas. (WordReference, 2015)

1.8.6 Técnicas de Información: Son métodos, tácticas o procedimientos que utilizan los medios de comunicación tanto para los trabajos a realizar en la investigación de campo como internamente, con el único fin de emitir

información oportuna y adecuada para los receptores. (WordReference, 2014)

1.8.7 Participación:Es toda colaboración que se realiza en cualquier ámbito social o campo profesional en el que se desenvuelva una persona con la finalidad de contribuir al desarrollo de algún asunto importante. (Diccionario Espasa-Calpe, 2005)

1.8.8 Sociedad:Es el conjunto de toda humanidad y está compuesta por pueblos, naciones y familias.La sociedad es un factor importante para la democracia de un país y su desarrollo tanto económico, religioso, político, social y deportivo. (Enciclopedia Espasa, 2000)

1.8.9 Ciudadanía:Conjunto de personas perteneciente a un pueblo o nación; un ciudadano está sujeto a los políticas de gobierno y cumplir con sus deberes, derechos y obligaciones establecidos en las leyes del país al que pertenece. (Academia de la Lengua Española, 2014)

1.8.10 Mujer:Es toda persona que posee cualidades femeninas; en la sociedad es considerada por su belleza, valores y por su responsabilidad al realizar las labores encomendadas. (Diccionario Academia Española, 2012)

1.8.11 Ética: Es todo lo que se relaciona a la moral y determina la conducta de la sociedad frente a los hechos, sucesos o actos sociales en la que se desenvuelve todo ciudadano. (WordPress, 2008)

1.8.12 Locutor:Es toda persona que se dedica a la locución de noticias dentro de las cabinas radiales, televisión y espectáculos públicos, cuya tarea requiere de mucha preparación respetando a así los contenidos a informar a los receptores. (WordPress, 2007)

1.8.13 Receptor:Es toda persona que escucha por medio de los medios masivos todo tipo de información acerca de los hechos más relevantes que entretengan sus sentidos y le eduquen.

1.8.14 Responsabilidad:Es un valor ético en la cual las personas están conscientes de sus actos y son capaces de asumir sus obligaciones de forma adecuada.(WordPress, 2007)

1.8.15 Comentarios:Es todo tipo de opinión que emite un comunicador social o cualquier persona sobre un tema determinado o relevancia para los receptores. (WordPress, 2008)

1.9 MARCO LEGAL

1.9.1 CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR

TÍTULO II: DERECHOS

CAPÍTULO PRIMERO: PRINCIPIO DE APLICACIÓN DE LOS DERECHOS

Art.11 numeral 2: En este artículo se establece que todas las personas son iguales y se debe de gozar de los mismos deberes derechos y obligaciones. Esto motiva que las mujeres que incursionan en el campo de la comunicación social en las radios de la provincia de Santa Elena deben ser tratadas con mucho respeto y los directivos de las radios deben permitir que ellas se inserten dentro del periodismo deportivo de tal forma que puedan ejercer su profesionalismo en igualdad de condiciones.

CAPÍTULO SEGUNDO-SECCIÓN TERCERA: COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN.

Art 16 numeral 1: El artículo establece el que todos los ciudadanos y ciudadanas tienen derecho a comunicación libre y participativa; en este aspecto la mujer profesional que ejerce sus labores en el campo de la comunicación social debe ser respetada en cualquier medio social en la que ella se desenvuelva y ejerza su profesión.

TÍTULO VII RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR-SECCIÓN SÉPTIMA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Art 384: El artículo hace referencia que el Estado asegurará los derechos de la comunicación de tal forma que todas las personas puedan expresarse libremente pero con plena responsabilidad social, manteniendo una conducta adecuada al momento de informar, respetando los espacios para el uso de la información y comunicación.

1.9.2 LEY DE COMUNICACIÓN

TÍTULO I: DISPOSICIONES PRELIMINARES

Art 7: La Ley de Comunicación establece que los comunicadores sociales tienen la responsabilidad absoluta de difundir información de relevancia

pública o de interés general. Este artículo indica entonces que los medios de comunicación de la provincia de Santa Elena deben realizar un periodismo deportivo oportuno e incursionar junto con sus profesionales, nuevas formas de llegar con la información y comunicación a la ciudadanía.

CAPÍTULO II: DERECHOS A LA COMUNICACIÓN

SECCIÓN I: DERECHOS DE LIBERTAD

Art 22: En este artículo se hace referencia que todas las personas tienen derecho a recibir información de relevancia pública; esto motiva a que los medios radiales que hacen periodismo deportivo deben poseer contenidos adecuados para difundir la información, de tal forma que la misma, sea precisa y adecuada.

TÍTULO IV: REGULACIÓN DE CONTENIDOS

Art 60: Dentro de este artículo se hace hincapié que los programas emitidos por los medios de comunicación deben identificarse y clasificarse bajo un horario estricto y adecuado para la ciudadanía, de tal forma que se establezca una responsabilidad y respeto hacia la sociedad; en este caso el periodismo deportivo es apto para todo público pero debe ser manejado de forma responsable.

CAPÍTULO II

2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Durante el proceso de investigación de la temática: “Las estrategias de comunicación para la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial de la provincia de Santa Elena. Primer semestre 2014” se utilizará el libro de MSc. Wilson Gonzalo Paredes Gárce a continuación el detalle:

2.1.1.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Para la recolección de la información se ha utilizado la indagación de campo observando así dentro de las radios de la provincia de Santa Elena si las mujeres incursionan en el campo del periodismo deportivo. La investigación ha permitido explorar las condiciones en las que se encuentra sumergida las radios de la región, a tal punto que nos permite establecer un marco de referencia y propuesta.

2.1.2.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El proceso de investigación está basada en un periodo o tiempo determinado es decir es un diseño transversal, porque dentro de la recopilación de datos se utilizan encuestas y entrevistas para conocer qué sucede con la mujer profesional en el ámbito de la comunicación y por qué dentro de las emisoras radiales de Santa Elena no se les ha permitido ejercer el periodismo deportivo.

2.1.3.MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Dentro del estudio de campo se utilizó los siguientes métodos:

2.1.4.MÉTODO INDUCTIVO: Para el estudio de la temática y las variables independiente y dependiente se utilizó la investigación de campo, la observación, las entrevistas y encuestas esto para realizar las inferencias adecuadas y comprobar las hipótesis que tenía frente a la problemática. (Garcés, Como elaborar una tesis, 2010)

2.1.5.MÉTODO DEDUCTIVO: En este importante método se aplicó un proceso de reflexión para comprender todo el proceso de recopilación de la información, y así efectuar la síntesis correspondiente y comprender por

qué hasta ahora la mujer no ha insertado en de las radios para la locución de noticias concernientes al ámbito deportivo.

2.1.6.TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación se basan en la descripción y explicación que el autor le da a la indagación en base a los instrumentos de recolección de datos, para esto utiliza el estudio de descripción y poder detallar todo lo que pudo observar y que le permita responder a las preguntas de las variables de tal forma que coherentemente establezca una relación que condiciona a emplear las estrategias de comunicación adecuada para que la mujer participe dentro de las radios es los espacios del periodismo deportivo. (Garcés, 2010)

Además también se utiliza el estudio explicativo que sirve para hacer énfasis de las causas y consecuencias del problema esto permite verificar la hipótesis para luego plantear una propuesta adecuada para la participación de la mujer en periodismo deportivo.

2.1.7.POBLACIÓN Y MUESTRA

Para efecto del trabajo de titulación se realizó entrevistas a personas que laboran en las radios de la provincia de Santa Elena y su vez se realizó las encuestas a una pequeña muestra de la población de la región.

POBLACIÓN: Es el número total de los habitantes de los tres cantones de Santa Elena.

MUESTRA: Es una pequeña porción de los habitantes de la provincia de Santa Elena.

2.1.8.MUESTRA DE LOS HABITANTES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Fórmula:

$$n = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$

Simbología:

n = tamaño de la muestra

e = error admisible

N = tamaño de la población

$$n = \frac{308.693}{0,0025(308.693-1)+1}$$

$$n = \frac{308.693}{0,0025(308.692)+1}$$

$$n = \frac{308.693}{771,73+1}$$

$$n = \frac{308.693}{772,73}$$

$$n = 399$$

Conclusiones: En efecto se efectuaron 399 encuestas a hombres y mujeres de la provincia de Santa Elena a partir de los 18 hasta los 45 años de edad.

2.1.9. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para la investigación de la tesis “Las estrategias de comunicación para la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial de la provincia de Santa Elena. Primer semestre 2014” se utilizó los siguientes instrumentos:

Observación: Durante este proceso se realizó la observación directa dentro de las radios, esta técnica nos permitió verificar de forma directa la problemática del periodismo deportivo dentro de la región.

Entrevista: Con el proceso de entrevista se pudo recopilar información de vital importancia para la elaboración de la propuesta y marco referencial, siendo un factor indispensable para la elaboración de los contenidos en este trabajo de grado.

Encuesta: Por medio de la recolección de datos estadísticos se pudo conocer qué piensa la ciudadanía a cerca de los medios de comunicación y del periodismo deportivo y si las mujeres que trabajan en el campo del periodismo radial de la provincia de Santa Elena deben o no incursionar este campo apasionante.

Las técnicas de esta encuesta han permitido elaborar las tablas de tabulación de datos para conocer el índice de porcentaje adecuado para cada pregunta que se ha establecido a la ciudadanía. Cada gráfico visiblemente nos muestra los resultados pertinentes que luego nos

permitirá establecer la propuesta para la aplicación de las estrategias de comunicación para la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial.

CAPITULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1.PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.

En el siguiente análisis de interpretación de los resultados se realizaron 186 encuestas en Santa Elena, 124 en La Libertad y 89 en Salinas teniendo así un total de 399 encuestados.

3.1.2.PREGUNTA 1: Número total de personas

TABLA N.-4

OPCIONES	PERSONAS	PORCENTAJE
MASCULINO	212	53%
FEMENINO	187	47%
TOTAL	399	100%

GRÁFICO N.-1



Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Fuente: Personas encuestadas en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.

Análisis e interpretación de los resultados:

En las encuestas que se realizaron en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas se tuvo como resultado la participación de 212 varones y 187 mujeres respectivamente logrando así la recolección de datos de forma adecuada.

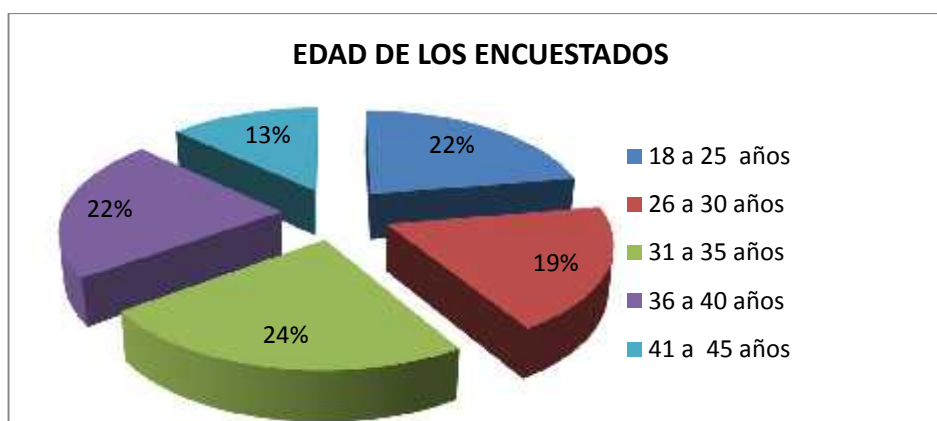
3.1.3.PREGUNTA 2: Edad de los encuestados

TABLA N.-5

EDAD	TOTAL POR EDAD	PORCENTAJE
------	----------------	------------

18 a 25 años	89	22%
26 a 30 años	76	19%
31 a 35 años	94	24%
36 a 40 años	88	22%
41 a 45 años	52	13%
TOTAL	399	100%

GRÁFICO N.-2



Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Fuente: Personas encuestadas en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.

Análisis e interpretación de los resultados:

Durante el proceso de recolección de resultados se hizo la encuesta a 399 personas en el rango de 18 a 45 años de edad. Sin embargo dentro de las encuestas se determina que 94 personas el mayor número de los encuestados corresponden al 24% cifra que nos hace determinar que las personas entre 31 a 35 años de edad son las que escuchan de forma seguida la locución de noticias deportivas dentro de la región.

3.1.4.PREGUNTA 3:Ha escuchado usted mujeres que locuten en programas deportivos en las radios de la provincia de Santa Elena.

TABLA N.-6

OPCIONES	PERSONAS	PORCENTAJE
NUNCA	297	74%

ALGUNAS VECES	85	21%
CASI SIEMPRE	10	3%
SIEMPRE	7	2%
TOTAL	399	100%

GRÁFICO N.-3



Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Fuente: Personas encuestadas en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.

Análisis e interpretación de los resultados:

En esta pregunta se pudo determinar que el 74% de las personas manifestaron que nunca han escuchado locutar por parte de las féminas programas deportivos dentro de las radios de Santa Elena cifra que es preocupante debido a que nos muestra qué perspectiva tiene la ciudadanía hacia los medios radiales. Por otro lado el 21 % respondieron que algunas veces cifra que nos determina y responde a la hipótesis de que si existen tres féminas que trabajan en una determinada radio pero que no hacen periodismo deportivo.

3.1.5.PREGUNTA 4: Los locutores de noticias deportivas emitidas en las radios de Santa Elena transmiten emociones mientras locutan?

TABLA N.-7

OPCIONES	PERSONAS	PORCENTAJE
NUNCA	64	16%
ALGUNAS VECES	79	20%
CASI SIEMPRE	98	24%
SIEMPRE	158	40%
TOTAL	399	100%

GRÁFICO N.-4



Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Fuente: Personas encuestadas en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.

Análisis e interpretación de los resultados:

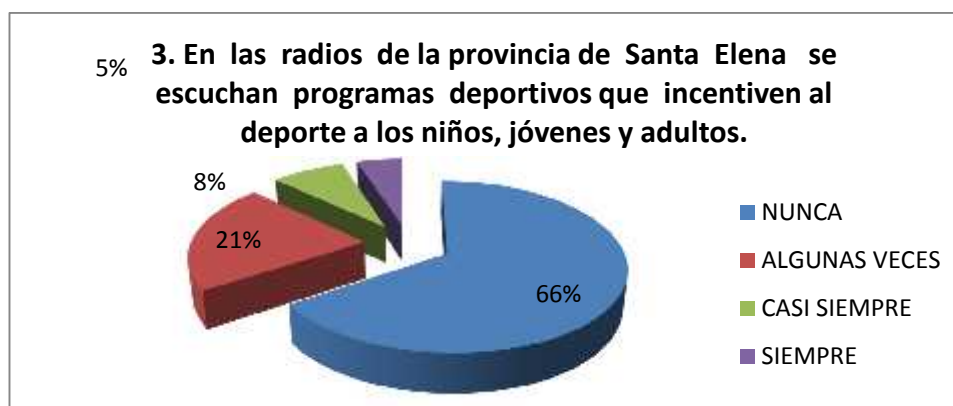
El mayor porcentaje hacia esta pregunta corresponde a un 40% cifra que responde a que los locutores de noticias deportivas transmiten siempre emociones mientras locutan mientras que el 24% asevera que casi siempre. el 25% algunas veces y el 16% nunca. Dentro de este resultado podemos percibir que si se transmiten emociones a través de la radio pero la desventaja es que dentro de ellas solo se emiten noticias deportivas en forma de noticia que a la vez son extraídas de la prensa escrita y locutadas por varones determinando así que las mujeres profesionales de la comunicación no participan ni trabajan dentro de los medios.

3.1.6.PREGUNTA 5:En las radios de la provincia de Santa Elena se escuchan programas deportivos que incentiven al deporte a los niños, jóvenes y adultos?

TABLA N.-8

OPCIONES	PERSONAS	PORCENTAJE
NUNCA	262	66%
ALGUNAS VECES	85	21%
CASI SIEMPRE	32	8%
SIEMPRE	20	5%
TOTAL	399	100%

GRÁFICO N.-5



Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Fuente: Personas encuestadas en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.

Análisis e interpretación de los resultados:

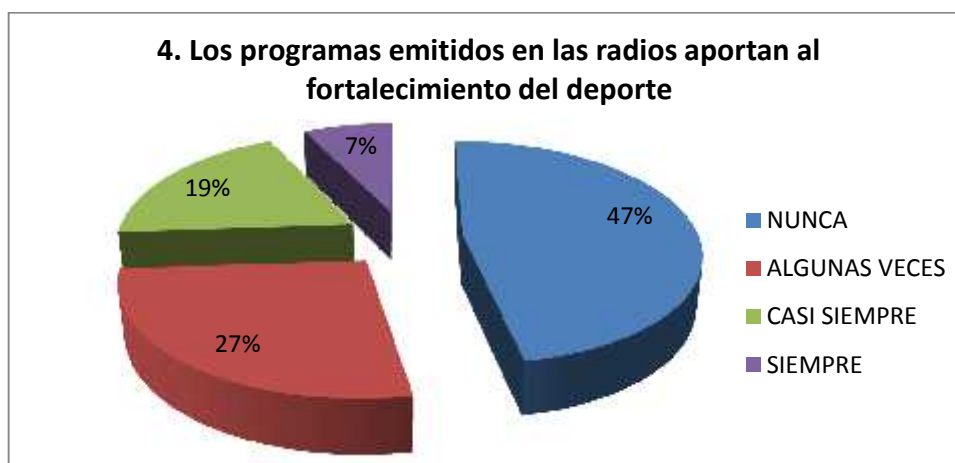
Un 66% de encuestados manifiestan que nunca en las radios de Santa Elena se escuchan programas deportivos que incentiven al deporte esto se da sin duda alguna porque las emisoras radiales no cuentan con programas deportivos. Por otro lado el 21% expresó que algunas veces, el 8% casi siempre y el 5% siempre cifras que son preocupante porque los medios no están cumpliendo con su responsabilidad de educar a la ciudadanía ni sujetándose a la Ley de Comunicación.

3.1.7.PREGUNTA 6: Los programas emitidos en las radios aportan al fortalecimiento del deporte?

TABLA N.-9

OPCIONES	PERSONAS	PORCENTAJE
NUNCA	189	7%
ALGUNAS VECES	108	47%
CASI SIEMPRE	76	27%
SIEMPRE	29	19%
TOTAL	399	100%

GRÁFICO N.-6



Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Fuente: Personas encuestadas en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.

Análisis e interpretación de los resultados:

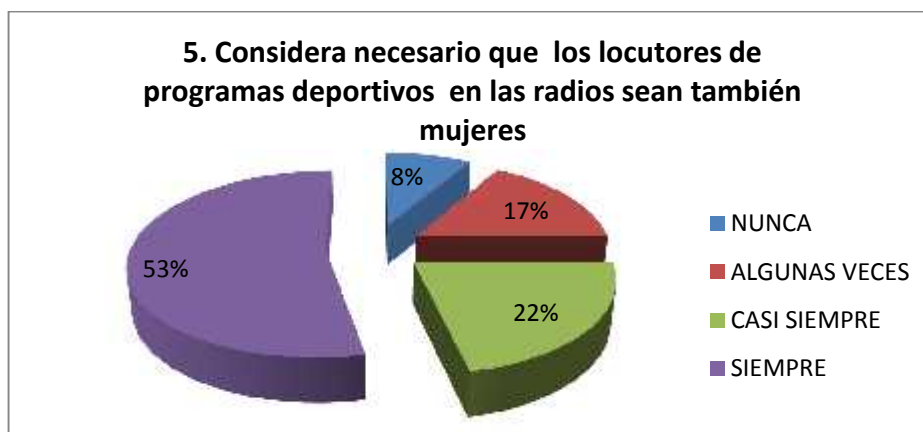
En esta pregunta el 47% de las personas respondió que las radios nunca aportan al fortalecimiento del deporte, el 27% que algunas veces, el 19% casi siempre y el 7% siempre. Todas estas cifras permiten denotar que los directivos de los medios radiales no se han despreocupado en impartir conocimientos y educar a la ciudadanía creando así un déficit educacional a partir del espectro radioeléctrico y por parte de los comunicadores sociales.

3.1.8.PREGUNTA 7:Considera necesario que los locutores de programas deportivos en las radios sean también mujeres?

TABLA N.-10

OPCIONES	PERSONAS	PORCENTAJE
NUNCA	34	8%
ALGUNAS VECES	66	17%
CASI SIEMPRE	86	22%
SIEMPRE	213	53%
TOTAL	399	100%

GRÁFICO N.-7



Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Fuente: Personas encuestadas en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.

Análisis e interpretación de los resultados:

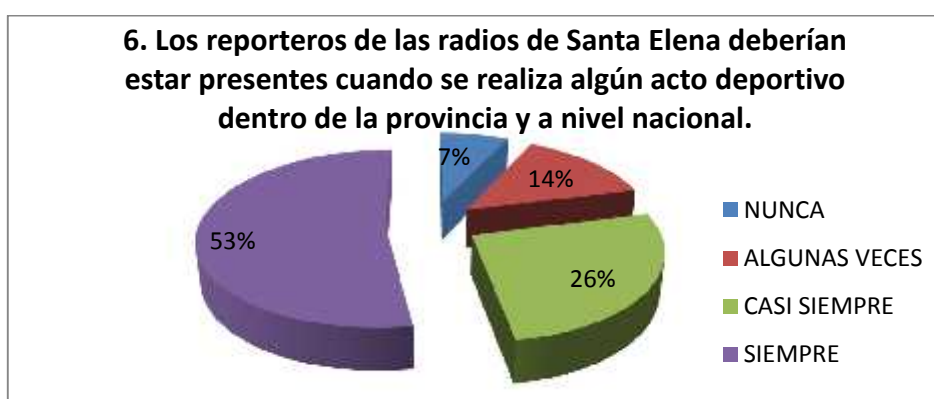
El 53% de las personas respondió que siempre es necesario que las mujeres locuten programas deportivo, el 22% casi siempre, el 17% algunas veces y el 8% nunca. En esta pregunta las cifras son excelente puesto que hace viable a esta tesis debido a que la gente si le gustaría escuchar a las féminas permitiendo así conocer que la sociedad confía mucho en las habilidades profesionales de las mujeres y que cree que todos debemos ser tratados en igualdad de derechos.

3.1.9.PREGUNTA 8: Los reporteros de las radios de Santa Elena deberían estar presentes cuando se realiza algún acto deportivo dentro de la provincia y a nivel nacional?

TABLA N.-11

OPCIONES	PERSONAS	PORCENTAJE
NUNCA	28	7%
ALGUNAS VECES	56	14%
CASI SIEMPRE	105	26%
SIEMPRE	210	53%
TOTAL	399	100%

GRÁFICO N.-8



Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Fuente: Personas encuestadas en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.

Análisis e interpretación de los resultados:

El mayor resultado de esta pregunta corresponde al 53% en que la ciudadanía responde que siempre los reporteros deben cubrir los actos deportivos dentro y fuera de la región, esto permite conocer que la gente le interesa que a sus hogares llegue una noticia contrastada y de origen fidedigno. Sin embargo el 26% expresó que casi siempre, el 14% que algunas veces y el 7% que nunca cifras que demuestran que existe una determinada molestia y que los medios deben tener reporteros que indaguen los hechos sociales.

3.1.10.PREGUNTA 9: Los locutores de las radios de Santa Elena realizan una correcta exposición de los programas deportivos?

TABLA N.-12

OPCIONES	PERSONAS	PORCENTAJE
NUNCA	125	31%
ALGUNAS VECES	79	20%
CASI SIEMPRE	101	25%
SIEMPRE	94	24%
TOTAL	399	100%

GRÁFICO N.-9



Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Fuente: Personas encuestadas en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.

Análisis e interpretación de los resultados:

El 31% de las personas expresan que los locutores no realizan una correcta exposición de los programas deportivos esto es preocupante porque los medios deben entregar a la ciudadanía información adecuada para así evitar la censura previa. Por otro lado el 20% manifiesta que algunas veces, el 25% casi siempre y el 24% que siempre.

3.1.11.PREGUNTA 10:Considera que los locutores de radio deben darle un espacio de participación a los ciudadanos en los programas deportivos.

TABLA N.-13

OPCIONES	PERSONAS	PORCENTAJE
NUNCA	67	17
ALGUNAS VECES	88	22%
CASI SIEMPRE	95	24%
SIEMPRE	149	37%
TOTAL	399	100%

GRÁFICO N.-10



Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Fuente: Personas encuestadas en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.

Análisis e interpretación de los resultados:

El 37% de los encuestados manifestó que siempre deben brindarle espacio a los ciudadanos dentro de los programas deportivos esto determina que los medios si pueden abrir un programa deportivo en el que participe la gente y platiquen acerca del deporte. En otro aspecto un 24% afirmo que casi siempre, el 22% algunas veces y el 17% que nunca.

3.1.12.PREGUNTA 11: Los dueños de las radios deben permitir que las mujeres que trabajan en los medios de comunicación locuten los programas deportivos?

TABLA N.-14

OPCIONES	PERSONAS	PORCENTAJE
NUNCA	84	21%
ALGUNAS VECES	96	24%
CASI SIEMPRE	97	24%
SIEMPRE	122	31%
TOTAL	399	100%

GRÁFICO N.-11



Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Fuente: Personas encuestadas en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.

Análisis e interpretación de los resultados:

El 31% de las personas contestó que los directivos de las radios deben permitir que las mujeres locuten programas deportivos, el 24% expresó que algunas veces y casi siempre y el 21 % restante que nunca. Sin duda alguna se puede percibir que las féminas si pueden ejercer su profesión dentro de medios radiales y mucho más dentro del periodismo deportivo llevando así un cambio social sin estereotipos y prejuicios.

3.1.13.PREGUNTA 12:La mujer puede incursionar en el ámbito deportivo y brindar una correcta información en las radios de Santa Elena?

TABLA N.-15

OPCIONES	PERSONAS	PORCENTAJE
NUNCA	76	19%
ALGUNAS VECES	86	21%
CASI SIEMPRE	103	26%
SIEMPRE	134	34%
TOTAL	399	100%

GRÁFICO N.-12



Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

Fuente: Personas encuestadas en los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.

Análisis e interpretación de los resultados:

El 34% de los encuestados manifiesta que siempre la mujer debe incursionar en el periodismo deportivo brindando así una correcta entrega de información esto nos indica que la ciudadanía no está limitando las habilidades profesionales de las féminas sino más bien le está dando apertura para su involucramiento en el ámbito deportivo y por último el

26% manifestó que casi siempre, el 21% algunas veces y el 19% que nunca.

Conclusiones:

- En el proceso de recolección de datos se determinó que la mayoría de los encuestados fueron varones y que son ellos a quienes les gusta más los programas deportivos, y en caso de las mujeres, muy pocas quizás porque no existe un interés hacia los espacios deportivos.
- Que los locutores varones si transmiten emociones a la ciudadanía cuando dan una noticia de carácter deportivo pero, que nunca se ha escuchado a una mujer locutar dentro de un espacio deportivo.
- Por medio de la radio no se está incentivando al deporte a los niños, jóvenes y adultos debido que un 66% de encuestados manifiestan que nunca se escucha en las radios de Santa Elena programas deportivos, esto nos permite determinar que las estaciones radiales no se sujetan a la Ley de Comunicación.
- Un 53% de personas están de acuerdo que las mujeres locuten programas deportivos y demuestren sus habilidades profesionales en igualdad de derechos.
- El 37% de los encuestados considera que se les debe brindar espacio dentro de los programas deportivos educándoles así y permitiéndole su participación como ciudadanos.
- Un 53% de la ciudadanía manifestó que los reporteros deben cubrir los actos deportivos dentro y fuera de la región locutando noticias contrastadas y de origen fidedigno.

- El 31% de las personas contestó que los directivos de las radios deben permitir que las mujeres locuten programas deportivos mientras que el 34% expreso que también deben incursionar en el periodismo deportivo rompiendo cualquier estereotipo social o prejuicio.

Recomendaciones:

- Se recomienda que los directivos de los medios contraten mujeres profesionales en el campo de la comunicación y que se les brinde un espacio para los programas deportivos.
- Los dueños de los medios radiales de la provincia de Santa Elena deben crear programas deportivos dentro de sus parrilladas de programación de tal forma que fortalezcan y eduquen a la ciudadanía en el deporte.
- Los medios radiales y los comunicadores sociales de la provincia de Santa Elena deben hacer cumplir con la Ley de Comunicación y educar, fortalecer e impartir conocimientos de forma adecuada a los ciudadanos.
- Los medios radiales deben tener periodistas de campo que indaguen los hechos o acontecimientos, porque su responsabilidad es entregar contenidos adecuados a la ciudadanía y ejercer un periodismo ético y responsable.
- El manejo de la información por parte de los locutores varones debe ser adecuada citando las fuentes de información de forma responsable

- Que las programaciones deportivas que elaboren los medios involucren a los ciudadanos con el único objetivo que conozcan acerca de las disciplinas deportivas.
- La inserción de las féminas a las radios de la provincia de Santa Elena ejerciendo un periodismo deportivo adecuado y logrando un cambio social sin estereotipos y prejuicios.

CAPÍTULO IV

4. PLAN METODOLÓGICO DE APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO RADIAL.

4.1. JUSTIFICACIÓN:

El tema: Las estrategias de comunicación para la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial de la provincia de Santa Elena. Primer semestre 2014”, dentro de su propuesta desarrollará un plan metodológico que incluya la participación de la mujer en el periodismo y los programas deportivos. La idea es que las mujeres incursionen en este campo por medio de la aplicación de estrategias de comunicación que permitan que las féminas practiquen su profesión de manera ética y responsable en cumplimiento de la Ley de Comunicación.

Además la propuesta busca que los dueños de los medios radiales de Santa Elena cumplan a plenitud la responsabilidad de educar a la ciudadanía desde todos los ámbitos sociales creando así un sentido crítico de los contenidos a los receptores.

La Ley de Comunicación establece en su artículo 71 concerniente a los medios de comunicación y a las responsabilidades comunes propender a la educomunicación, esto nos quiere decir que los medios deben someterse a no solo entretener sino educar para que la mujer profesional se prepare y poder realizar una correcta recopilación de la información, convertirla en noticias y emitirla a los receptores.(Asamblea Nacional Constituyente , 2013)

4.2. DIAGNÓSTICO:

Durante el proceso de análisis e investigación efectuada en todas las 14 radios de la región se ha notado que no existen mujeres que locuten dentro de un espacio de programación deportiva solo se pudo verificar que en la radio Antena Tres 91.7 FM en su programación de noticias emitidas de lunes a viernes poseen una sección para deportes. Dentro del proceso de

observación también se captó que los locutores solo dan lectura a las noticias deportivas extraídas de la prensa escrita de tal forma que no se está asumiendo las responsabilidades adecuadas para el correcto uso de la información y mucho más el uso de espectro radioeléctrico.

Ahora bien los medios necesitan asumir sus responsabilidades, analizar los contenidos a emitir dentro de las radios. María Dolores Cáceres de la Universidad Complutense de Madrid en sus Estudios sobre el mensaje periodístico para la construcción social de la realidad: el papel de los profesionales en el establecimiento de la agenda temática manifiesta: “La comunicación dentro de la industria mediática responde a un saber hacer de los profesionales, analizar el discurso mediático que guarda referencia con la propia actividad de los medios de comunicación y sus condiciones de producción, constituye un objetivo estratégico”. (ZAPATERO, 2012)

La comunicación debe ser tomada como un proceso, cuyo objetivo estratégico es educar a todos los ciudadanos desde la óptica, permitiendo que el periodismo deportivo no solo entretenga a los receptores sino que incentive a practicarse dentro de la provincia.

4.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

Las radios de la provincia de Santa Elena poseen solo locutores varones para las programaciones de periodismo deportivo; esta propuesta busca que la mujer se inserte en este importante campo comunicacional. Pero para lograrlo se necesita que los directivos de los medios capaciten a las féminas en todo lo concerniente a actividades deportivas y así puedan erradicar el miedo y los estereotipos sociales.

4.3.1.FILOSÓFICA

Dentro del proceso de elaboración de la propuesta para la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial de la provincia de Santa Elena. Primer semestre 2014” nos basamos en el libro Comunicación Estratégica: Nuevos horizontes de estudio de José Antonio Meyer Rodríguez que manifiesta:“Las acciones sociales deben generarse con base en el diálogo, pero deben ser informadas, auditadas, comparadas y verificadas para que tengan credibilidad.”(José Antonio Meyer Rodríguez, 2011)

Si bien es cierto el periodismo deportivo busca generar conocimiento y diálogo social con la ciudadanía, también es cierto que los directivos de las radios deben brindar espacio a las féminas profesionales en el campo de la comunicación para que ellas ejerzan con todo orgullo estos espacios.

4.3.2. PEDAGÓGICA

Los comunicadores sociales de los medios radiales de la región necesitan de procesos de enseñanza que fortalezcan sus habilidades profesionales, para así entregar un periodismo ético, para lograrlo nos referimos al libro Filosofía de la Comunicación de Fernando Buen Abad Domínguez en el que expresa: “Quisiera con la comunicación brindar un aporte doble en el estudio de ella y en la producción de ella, con todo lo que aquí implica como producto del trabajo y herramienta de trabajo en todos los campos sociales.”(Fernando Buen Abad Domínguez , 2006)

La comunicación debe manejarse desde nuevas perspectivas y manuales con estrategias comunicacionales esto para obtener buenos productos comunicacionales que sirvan de herramientas dentro del campo laboral.

4.3.3. PSICOLÓGICA

Dentro de los procesos de comunicación las personas deben saber utilizar la psicología para poder llegar a los receptores, para esto citamos el artículo Comunicación Corporativa:Una estrategia de éxito a corto plazo publicado por el Dr. Paul Capriotti (1999) de la Universidad Rovira i Virgili de Tarragona España donde manifiesta: “El Comunicar, es decir, el transmitir al público, de forma creativa y diferenciada, los mensajes creados de forma voluntaria, directa y organizada, acerca de todas las actividades que la organización realiza.”(Dr. Paul Capriotti, 1999)

Se debe transmitir al público una idea creativa de los mensajes, esto en base a estrategias adecuadas para lograr un mayor alcance dentro del campo del periodismo deportivo.

4.3.4. EDUCATIVA

Los procesos educativos ayudan a que los comunicadores sociales y la ciudadanía puedan prepararse y saber por medio del conocimiento todo lo relacionado a la realidad social del país y el mundo. Para esto citamos un extracto del coordinador: Dr. Filiberto Felipe Martínez Arellano en el libro “Acceso Abierto a la información en las Bibliotecas Académicas de América Latina y el Caribe” quién transcribe un extracto de Estela Morales Campos 1996 que habla acerca de la Unesco y la Sociedad de la Información para todos, manifestando que: “El conocimiento tiene un valor, científico y social, en el cual uno estimula al otro; por su parte, la sociedad usa, demanda y presiona para estimular la creación científica y esto se complementa en el proceso educativo que lo transmite y lo enriquece.”(Arellano, 2011)

4.3.5. SOCIOLÓGICA

En la provincia de Santa Elena las comunicadoras sociales si pueden incursionan en el periodismo deportivo, utilizando su imagen personal, sus destrezas y capacidades de aprendizaje y su inteligencia.

La mujer profesional debe tener en cuenta que por ser fémina no le hace menor que los hombres, sino que debe recordar que gozamos de un país que lucha por la igualdad de género que hace prevalecer los derechos de los ciudadanos y que existe una Ley de comunicación que nos ampara.

La realidad de la comunicación debe cambiar desde todos los ámbitos sociales y para esto, la mujer debe compenetrarse al cambio y para el cambio, recordando que ser comunicador social es establecer un compromiso en pro del país y región.

4.3.6. LEGAL

En el artículo 16 de la Constitución del Ecuador numeral 1 de la sección tercera referente a la Comunicación e información se establece que todas las personas tienen derecho a gozar de forma individual o colectiva a: Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos".(Asamblea Nacional Constituyente , 2008)

En base a este artículo podemos sostener que la mujer profesional que ejerce el campo de la comunicación también es una ciudadana y su objetivo debe ser educar a la ciudadanía con absoluta responsabilidad, de tal forma que el periodismo deportivo contribuya al crecimiento cultural no solo de Santa Elena sino del Ecuador.

4.4. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

4.4.1.OBJETIVO GENERAL:

Lograr la inserción de la mujer en el mundo deportivo a través de la práctica de la comunicación efectiva con la aplicación de las estrategias comunicacionales acordes a lo que dispone la normativa vigente.

4.4.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Emplear las estrategias de comunicación por medio de talleres consecutivos con temáticas afines y motivacionales relacionadas al periodismo deportivo.

- ✓ Promover que las mujeres profesionales se interesen por la práctica del periodismo deportivo en las radios locales.

- ✓ Desarrollar competencias argumentativas e informativas para el ejercicio del periodismo deportivo fundamentado en el diseño de agenda informativa en los diferentes géneros noticiosos.

4.5. FACTIBILIDAD SOCIAL

La propuesta de la presente tesis busca que las radios inserten a la mujer profesional en los programas deportivos eso en base al uso de un manual metodológico, de estrategias comunicacionales asumiendo así ese rol protagónico, rompiendo los estereotipos y prejuicios sociales pero sobre todo teniendo confianza en ellas mismas y educando a la ciudadanía de formas eficaz y oportuna.

4.5.1.FACTIBILIDAD LEGAL DE LA PROPUESTA

CONSTITUCION DEL ECUADOR

SECCIÓN TERCERA: COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

ART 18:Dentro de este artículo se hace referencia que todas las personas tienen derecho a buscar,recibir,intercambiar,producir y difundir información veraz, verificada, oportuna,contextualizada de tal forma que los comunicadores sociales deben someterse a las leyes vigentes en el Ecuador ser partícipes de ellas,trabajar por el bien común y educar a la sociedad generando así conocimientos.(Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

4.5.2.LEY DE COMUNICACIÓN

Art 8: En este artículo prevalece a la difusión de contenidos respetando así los medios el carácter social de cada noticia e informando con responsabilidad, respondiendo a los valores y derechos que estable las leyes de la República del Ecuador y contribuyendo así al crecimiento social, educativo y cultural.(Asamblea Nacional Constituyente , 2013)

4.6. COSTOS DE HONORARIOS

GASTOS GENERALES	VALOR UNITARIO	TOTAL
1 PERIODISTAS(REPORTEROS)	800	800
1 LOCUTORA	400	400
VIATICOS DE TRANSPORTE Y ALIMENTACIÓN	250	250

CÁMARA FOTOGRÁFICA	200	200
GRABADORAS DE VOZ	80	80
COMPUTADORA	500	500
IMPRESORA	100	100
RESMAS DE PAPEL	4	8
FLASH MEMORY	10	10
SERVICIO D E INTERNET	30	30
SERVICIO TELEFÓNICO	70	70
TOTAL DE GASTOS DE HONORARIOS		\$2.448

*Tabla N.-16-Elaborado por:*Jessica Jazmín Yagual Segarra.

4.6.1. PLAN METODOLÓGICO DE APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA INSERCIÓN DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO RADIAL.

OBJETIVO:Lograr la inserción de la mujer en el mundo deportivo a través de la práctica de la comunicación efectiva con la aplicación de las estrategias comunicacionales acordes a lo que dispone la normativa vigente.

En el siguiente Plan de Estrategias de Comunicación, amparado en el artículo 10 de la Ley de Comunicación en la que se establece el principio de las normas deontológicas para los medios y el pleno uso de los espacios abierto en nuestro país para el adecuado ejercicio de la comunicación se establece que los comunicadores de los medios radiales de Santa Elena deben:

Participación de las mujeres profesionales en el campo de la comunicación para su participación activa en el periodismo deportivo dentro de las cabinas radiales respetando así la igualdad de condiciones.

Mantener una disciplina adecuada sujeta al manual metodológico aplicado para los periodistas radiales de forma que se fortalezca el campo profesional en el que desempeña sus funciones además de sus valores éticos y morales.

Los periodistas deportivos deben ser personas altamente motivadas que planifiquen sus tareas en base a percepciones periodísticas con ética y responsabilidad.

Respetar la dignidad, honra y reputación de las personas para lograr una empatía con los ciudadanos y un correcto uso y manejo de la información y comunicación.

Realizar las indagaciones correspondientes a los hechos que se susciten sean en cualquier área del periodismo esto para el adecuado uso de los contenidos.

Respetar la vida personal de las personas y no inferir en sus asuntos personales.

Guardar el secreto profesional respetando la libertad de expresión de todos y de todas.

Difundir de forma oportuna los contenidos y programaciones respetando las franjas horarias.

Mantener una conducta intachable dentro del lugar de trabajo donde desempeña sus funciones y en el campo de investigación.

Verificar que las fuentes de información indagadas, sean estas personales o bibliográficas estén correctamente enunciadas de tal forma que no exista censura previa para el medio radial y el comunicador social.

Los contenidos indagados por el periodista deportivo deben ser correctamente contrastados y verificados de tal forma que la redacción sea pulcra y libre de contenidos discriminatorios.

Los comunicadores de las radios de Santa Elena también deben evitar utilizar periódicos de la prensa escrita nacional y la web sin citar su fuente de información.

Utilizar una correcta redacción de las noticias para que estas sean entendibles para los receptores al momento de emitir las por el espectro de radio.

Conservar un uso adecuado del lenguaje debido a que el deporte es una disciplina de interés social y que mantiene mucha afición por parte de las personas.

Elaborar una planificación de las entrevistas o reportajes a seguir dentro del periodismo deportivo esto para el buen manejo de las fuentes de

información.

Manejar las fuentes de información de forma confiable manteniendo la confidencialidad de las fuentes y el respeto a las mismas.

Crear un proceso de autoeducación para impartir conocimientos actualizados a la ciudadanía.

Mantener la credibilidad y confianza de las personas y el medio radial en donde se labora creando así una experiencia y trayectoria dentro de la profesionalización.

Poseer una alta capacidad de criterio y análisis de contenidos de las fuentes para una mayor fidelidad de entrega de información y comunicación.

Manejar las tecnologías de la información y comunicación (TICS) de forma concertada y contrastada para evitar cualquier tipo de censura por parte de la ciudadanía y los organismos jurídicos.

Asumir el compromiso y la dedicación a las labores periodísticas encomendadas por los departamentos de redacción periodísticas para lograr la emisión de contenidos adecuados y verídicos.

Sujetarse a los principios y derechos de la Ley de Comunicación vigente en el Ecuador para evitar ser sancionados.

La elaboración de este Plan de Estrategias de Comunicación, servirá para una adecuada investigación de la información y la participación de la mujer en el periodismo deportivo en las radios de la provincia de Santa Elena.

Si bien es cierto el periodismo deportivo ha ido siempre de la mano con el crecimiento de los medios de comunicación,diversas disciplinas deportivas han sido prácticas en la región y el mundo pero solo eso sino que ha sobrevivido en el tiempo debido al empuje de la sociedad y la mediatez de la comunicación.

Los medios de comunicación sean estos prensa escrita,radio o televisión han logrado mantener conectada a la ciudadanía y hacer del deporte un proceso histórico marcado en el tiempo y en el espacio de su evolución.

Por otro lado el periodismo deportivo radial debe crearse como un espacio informativo,educativo y social creando así una importancia,fortalecimiento y un crecimiento óptimo para las disciplinas deportivas que se ejecutan en la provincia de Santa Elena y el país.

El periodismo deportivo debe cruzar cualquier barrera, ofrecer mensajes claros que permitan entender las noticias crenado en los receptores confianza,convencerles y atraerles mediante información atractiva, novedosa y dinámica.

Tabla N.-17 –Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA INSERTAR A LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO RADIAL

TALLERES	DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA	CONTENIDO	MÉTODOS	FORMAS DE VERIFICAR	TIEMPO
ESTRATEGIA #1	LA NOTICIA Y EL DEPORTE	1.- Que es el deporte? 2.-Definición del periodismo deportivo y su clasificación. 3.- La noticia deportiva.	Trabajo en grupo Exposición didáctica de la instructora	Noticias redactadas con verificación de fuente	8
ESTRATEGIA #2	LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS	1.- Valores y fuentes de la noticia deportiva. 2.- Los géneros periodísticos en el deporte. 3.- El reportaje deportivo	Discusión de temas Trabajo en grupo Investigaciones y análisis	Textos y argumentos periodísticos organizados con estilo del reportaje.	8
ESTRATEGIA #3	PRENSA DEPORTIVA	1.- El periodismo deportivo en la prensa. 2.- Desafíos de la prensa deportiva. 3.- Formas de redacción y producción de texto	Trabajo en grupo Investigación y análisis Conjugación de la teoría con la práctica	Noticias redactadas con identificación de fuentes	8
ESTRATEGIA #4	EL PERIODISMO DEPORTIVO Y LA TELEVISIÓN	1.- Programación deportiva televisiva. 2.- Análisis y comentario crítico de programas deportivos. 3.- Transmisión deportiva	Trabajo en grupo Investigación y análisis Conjugación de la teoría con la	Guión de un programa deportivo televisivo	8

		televisada. 4.- Narración y comentario radial.	práctica		
ESTRATEGIA #5	EL TRATAMIENTO INFORMATIVO	1.- El tratamiento periodístico de temas deportivos. 2.- Claves de la información deportivo 3.- estructura de los contenidos informativos. 4.- La ética del periodismo deportivo	Discusión de temas Trabajo en grupo Conjugar la teoría con la práctica Exposición didáctica por la instructora	Agenda periodística y sus componentes para radio.	8
ESTRATEGIA #6	EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LA RADIO	1.- Programación deportiva en la radio. 2.-Programación deportiva. 3.- Transmisión deportiva radial. 4.- Narración y comentario radiales.	Trabajo en grupo Investigación y análisis Conjugar la teoría con la práctica	Guión de un programa deportivo radiofónico	8
ESTRATEGIA #7	LAS TIC EN EL PERIODISMO DEPORTIVO	1.- El internet y el uso informativo. 2.- Alternativas para informar. 3.- La ética en el periodismo y el uso del internet. 4.-, El periodismo deportivo radial.	Discusión de temas Investigación y análisis Conjugar la teoría con la práctica.	Vídeo grabado de reportaje y noticia deportiva para ser publicado en las redes sociales.	8

EJEMPLO DE LA ESTRATEGIA NÚMERO 6.- GUIÓN DE UN PROGRAMA RADIOFÓNICO

NOMBRE DE LA RADIO: Sandoval Radio 92.7 FM

DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE NOTICIA: Mundo Deportivo

ENFOQUE DEL PROGRAMA: Noticias deportivas fútbol, básquet, tenis, carrera de automóviles, campeonatos de surf, canopy, etc.

TIEMPO DE DURACIÓN: 18:00 A 19:00 pm.

LOCUTORAS: Sandra Cevallos y Karla Jiménez (nombre ficticios)

PERIODISTA DE CAMPO: Juan Aguirre (nombre ficticio)

CABINA DE RADIO: Ramón González (nombre ficticio)

EFECTO Juan Aguirre	Mundo deportivo satisface tus sentidos Sandoval Radio 92.7 FM
Locutora: Sandra Cevallos	Buenas noches amigos de Mundo deportivo les saluda Sandra Cevallos en compañía de Karla Jiménez por Sandoval Radio 92.7 FM hoy tendremos un programa espectacular hablaremos de los más impactante de los deportes.
Locutora: Karla Jiménez	Así es estimada compañera hablaremos de surf, latri femenina, el baloncesto y otras noticias más. Así que quédate con nosotros en tu Mundo Deportivo.
Efecto: Juan Aguirre	TITULARES -Copa del Mundo de Canadá 2015 fue presentada por la Ecuafútbol. -ALAS CLASSIC MONTAÑITA 2015 incentiva a jóvenes surfistas. -Velerismo ubica al Ecuador en los Panamericanos Toronto 2015.

	<p>--Selección femenina de Baloncesto clasifica al PRE-OLÍMPICO CANADÁ 2015</p>
<p>Locutora: Sandra Cevallos</p>	<p>El 6 de junio la Tri femenina de Ecuador participará en el Mundial de fútbol Canadá 2015 por la cual los ciudadanos ecuatorianos tienen muchas expectativas en las féminas.</p> <p>La Ecuafútbol ya presentó el trofeo traído por una delegación de la FIFA cuyo objetivo es incentivar el balompié femenino en las asociaciones afiliadas.</p> <p>La Copa del Mundial femenino está bañada en oro con un soporte de mármol en la cual las jugadoras se sintieron emocionadas y felices para lo cual la delantera Giannina Lattanzi manifestó: "Me siento muy orgullosa por habernos clasificado por primera vez a un Mundial. Nosotros pusimos corazón en cada partido." (El Universo, 2015)</p>
<p>Locutora: Karla Jiménez</p>	<p>El equipo de surfistas ecuatorianos participó en la segunda etapa denominada ALAS CLASSIC MONTAÑITA 2015, este circuito latino de surf que se efectuó el 9 al 11 de abril en Montañita.</p> <p>El evento que se desarrolló con el nombre de la surfista nacional Dominic Barona tuvo la participación de 80 surfistas de distintas partes de América Latina. (Agencia de Noticias Andes, 2015)</p> <p>El objetivo de estos campeonatos según la Federación Ecuatoriana de Surf es ubicar a este deporte como parte de la potencia turística de nuestro país convirtiéndose en un referente importante y motivador para los jóvenes ecuatorianos.</p> <p>A continuación escuchemos que nos dice nuestro compañero Juan Aguirre desde Montañita. Adelante compañero.</p>
<p>Periodista de campo:</p>	<p>Buenas noches compañeros me encuentro con Paul Suárez. Bienvenido Paul que piensas a cerca de los</p>

Juan Aguirre	<p>campeonatos de Surf que se desarrollan en Montañita.</p> <p>Bueno yo creo que esto favorece primero al sector turístico de la provincia de Santa Elena y segundo permite que los jóvenes nos involucremos más en este deporte llevando así al Ecuador en los más altos estándares de rating y eso es bueno porque muestra lo que nuestro país posee.</p> <p>Así es compañeras eso es lo que nos expresa Paúl Suarez volvemos a cabina radial.</p>
Locutora: Sandra Cevallos	<p>Gracias compañeros esperamos que esta disciplina deportiva permita que los jóvenes de la provincia de Santa Elena y del Ecuador incursionen en el Surf y se preparen adecuadamente para ubicar al Ecuador en los primeros lugares en estos tipos de campeonatos.</p>
Locutora: Karla Jiménez	<p>En la ciudad de Salinas se realizó el Campeonato Sudamericano de Velerismo, clase lightning en la cual el Ecuador ganó un cupo para participar en los Juegos Panamericanos Toronto 2015. (El Universo, 2015)</p> <p>El país ocupó el tercer lugar y el primero lo ocupa Brasil, esta disciplina deportiva como lo es el velerismo es un juego de regata de arduo trabajo de tal forma que los competidores deben completar tres regatas por cada día para su adecuada puntuación y galardón.</p> <p>Quedate con nosotros que después de la pausa comercial encontraras más sorpresas en tu Mundo Deportivo a través tu radio Sandoval 92.7 FM.</p>
CORTE COMERCIAL	<p>Almacenes deportes te ofrece la elaboración de tus uniformes en tela pique con los mejores precios del mercado, estamos ubicados en la Libertad calle principal frente a la esquina de Ales o comunícate al 0940085271.</p>
EFEECTO Juan Aguirre	<p>Mundo deportivo lo mejor que puedes oír...</p>
Locutora: Sandra Cevallos	<p>La selección ecuatoriana de baloncesto femenino conoció a los rivales que enfrentará en el Campeonato Pre-Olímpico, que se cumplirá en Canadá entre el 9 al 16 de agosto, del 2015. (Agencia de Noticias Andes, 2015)</p>
Locutora:	<p>La FIBA (Federación Internacional de Baloncesto)</p>

Karla Jiménez	manifestó que el equipo ecuatoriano se enfrentará a Argentina,Venezuela,Brasil y las Islas Vírgenes de Estados Unidos en los Juegos Olímpicos Río 2016.
Locutora: Sandra Cevallos	Es la primera vez en la historia que la selección ecuatoriana logra esta clasificación para este campeonato que sin duda a puesto al país en alto de tal forma que nos sentimos orgullosos de nuestro deportistas.
Locutora: Karla Jiménez	Asi es compañera con esta importante noticia deportiva nos vamos corte comercial quédate con nosotros en tu Mundo Deportivo.
CORTE COMERCIAL	Mundo de campeones te ofrece los mejores zapatos deportivos para el confort y elegancia de tus pies estamos ubicados en la zona norte de Santa Elena frente al Balneario de Valdivia o si prefieres comunícate al 0932267582.
Locutora: Sandra Cevallos	Bueno Karlita y amigos de Mundo Deportivo de Sandoval Radio 92.7 FM un gusto haber compartido este espacio de noticias locales y nacionales.
Locutora: Karla Jiménez	Así es compañera nos vamos contentas de haber llevado a cada hogar Santalenense lo mejor de las noticias deportivas de la región y el país.Hasta la próxima.

4.6.3. BIBLIOGRAFÍA

Academia de la Lengua Española. (2014). <http://lema.rae.es/drae/?val=ciudadnia>.

Academia de la Lengua Española. (2014). <http://lema.rae.es/drae/?val=mujer%7D>.

Agencia de Noticias Andes. (3 de marzo de 2015). <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-conoce-rivales-pre-olimpico-femenino-baloncesto-canada-2015.html>.

Agencia de Noticias Andes. (2 de abril de 2015). www.andes.info.ec/es/noticias/surfistas-ecuatorianos-esperan-defender-casa-alas-classic-montanita-2015.html.

Arellano, D. F. (2011). Acceso Abierto a la información en las Bibliotecas Académicas. En D. F. Arellano, *Acceso Abierto a la información en las Bibliotecas Académicas* (págs. 5-6). México: UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

Asamblea Nacional Constituyente. (29 de julio de 2008). www.asambleaconstituyente.gov.ec.

Asamblea Nacional Constituyente . (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito : Editorgran S.A.

Asamblea Nacional Constituyente. (29 de julio de 2008). *Constitución del Ecuador 2008*.

Asamblea Nacional Constituyente. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Editogran S.A.

Asamblea Nacional Costituyente . (29 de julio de 2008). www.asambleaconstituyente.gov.ec.

Bessette, G. (2006). Facilitar el diálogo, el aprendizaje y la participación para el manejo de los recursos naturales . En G. Bessette, *Facilitar el diálogo, el aprendizaje y la participación para el manejo de los recursos naturales* (pág. 3). Londres: "People, Land and Water. Participatory Communication for Natural resources.

Bucio, C. I. (2012). Las Mujeres en el periodismo deportivo. En C. I. Bucio, *Las Mujeres en el periodismo deportivo* (págs. 10-14). México: claus_nesta@hotmail.com.

Bucio, C. I. (2012). Mujeres . En C. I. Bucio. México: claus_nesta@hotmail.com.

Centro de Comunicación Voces . (2011). Manual para el Diseño participativo de estrategias de comunicación. En *Manual para el Diseño participativo de estrategias de comunicación* (pág. 32). Costa Rica : www.vocesnuestras.org.

Constituyente del Ecuador . (29 de julio de 2008). www.asambleaconstituyente.gov.ec.

- Copyright WordReference.com. (2015).
<http://www.wordreference.com/definicion/participacion%20>.
- Covarrubias, R. (2006). El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo. En R. Covarrubias, *El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo* (págs. 10-11). México.
- Dagron, A. G. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. En A. G. Dagron, *Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo* (pág. 32). Holanda: Revista Signo y Pensamiento, No. 58.
- Diccionario de la Real Academia Española. (2012).
<http://lema.rae.es/drae/?val=estetegias>. R
- Diiccionario de la Real Academia Española. (2015).
<http://lema.rae.es/drae/?val=esttrategia>.
- Diiccionario Academia Española. (2012). <http://lema.rae.es/drae/?val=mujer%7D>.
- Diiconario Espasa-Calpe. (2005).
<http://espasa.planetasaber.com/search/results.asp?txt=participacion>.
- Dr. Paul Capriotti. (1999). COMUNICACIÓN CORPORATIVA:Una estrategia de éxito a corto plazo. *Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo*, 1-2.
- DRAE. (2015). <http://lema.rae.es/drae/?val=comunicaicon>.
- El Universo. (2015). <http://www.cabledeportes.com/brasil-triunfa-en-velerismo/>.
- El Universo. (23 de marzo de 2015).
<http://www.eluniverso.com/deportes/2015/03/23/nota/4683396/quinteros-tri-femenina>.
- Enciclopedia Espasa. (2000).
<http://espasa.planetasaber.com/search/results.asp?txt=sociedad>.
- Fernando Buen Abad Domínguez . (9 de Marzo de 2006). [www.mci.gob.ve: publicaciones@mci.gov.ve](http://www.mci.gob.ve/publicaciones@mci.gov.ve)
- Fundación Wikimedia.Inc. (7 de noviembre de 2014).
http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_deportivo.
- Garcés, W. G. (2010). *Como elaborar una tesis*.
- Garcés, W. G. (2010). *Como elaborar una tesis*.
- Giraud. (1972). La violence et le sacré. En Giraud, *La violence et le sacré* (pág. 11). Paris: Grasset.
- Guerrero, C. F. (2006). Diseño de la Radio. *Revista Hora Cero*, 10-15.
- Idóneos.com. (1999). http://comunicacion.idoneos.com/teoria_de_la_comunicacion/.

José Antonio Meyer Rodríguez. (2011). Comunicación Estratégica: Nuevos horizontes de estudio. En J. A. Rodríguez, *Comunicación Estratégica: Nuevos horizontes de estudio* (págs. 25-26). México: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx>.

Lozano, N. T. (2010). Periodismo Deportivo que ha pasado eb las últimas dos décadas. En N. T. Lozano, *Periodismo Deportivo que ha pasado eb las últimas dos décadas* (págs. 16-21). Bogotá.

Manuel Martín Serrano, J. L. (1981). Teoría de la Comunicación. En J. L. Manuel Martín Serrano. Madrid: Gráficas Valencia, S. A.

Mazarrasa, G. (2012). <http://www.futbolypasionespoliticas.com/2012/10/ana-maria-sagi-la-pionera-femenina.html>. R

Ongallo, C. (2007). Manual de Comunicación (Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones) . En C. Ongallo, *Manual de Comunicación (Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones)* (págs. 31-32). Madrid: Dykinson S.L.

Pinagorte, L. J. (diciembre de 2010). <http://vozdelapeninsula.blogspot.com/2010/12/breve-historia-de-la-radio-la-voz-de-la.html>.

Prefectura de Santa Elena . (2011). <http://www.santaelena.gob.ec/>. Real Academia de la Lengua Española. (2015). <http://lema.rae.es/drae/?val=comunicacion+>.

Real Academia Española. (2014). <http://lema.rae.es/drae/?val=periodismo+>.

Real Academia Española. (2015). <http://lema.rae.es/drae/?val=periodismo>.

Rojas, A. M. (2011). Actualidad y desafíos de la comunicación para el cambio social: Formación y requerimientos de los profesionales de la comunicación. En A. M. Rojas, *Actualidad y desafíos de la comunicación para el cambio social: Formación y requerimientos de los profesionales de la comunicación* (págs. 8-9). Revista Signo y Pensamiento.

Salmón, L. R. (2011). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. En L. R. Salmón, *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Paris.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2009). Plan Nacional del Buen Vivir . En S. N. Desarrollo, *Plan Nacional del Buen Vivir* (pág. 11). Quito: www.senplades.gov.ec.

Segarra., J. J. (16 de abril de 2015). Santa Elena , Santa Elena , Ecuador.

Torrijos, J. L. (2010). <http://es.slideshare.net/Andresmvg/perfil-de-un-periodista-deportivo>.

Vizuetete, F. O. (2009). *Historia de la Radio* . <http://fernando-ortiz.lacocelera.net/post/2009/05/historia-de-la-radio-fernando-ortiz-vizuetete-mayo-2009>.

WordPress. (2007). <http://www.definicionabc.com/comunicacion/locutor.php>.

WordPress. (2007). <http://www.definicionabc.com/general/responsabilidad.php>.

WordPress. (2008). *Definición de ética - Qué es, Significado y Concepto*
<http://definicion.de/etica/#ixzz3VikQcdua>.

WordPress. (2008). <http://definicion.de/comentario/>.

WordReference. (2014).

<http://www.wordreference.com/definicion/tecnicas%20de%20informacion>.

WordReference. (2015). <http://www.wordreference.com/definicion/informacion>.

ZAPATERO, M. D. (2012). *La construcción social de la realidad: el papel de los*. Madrid: Estudios sobre el Mensaje Periodístico .

4.6.4.ANEXOS:

MATRIZ DE INVOLUCRADOS

TEMA: LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL PERIODISMO DEPORTIVO RADIAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. PRIMER SEMESTRE 2014	RADIOS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA
	PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR
	LEY DE COMUNICACIÓN
	CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR
	MUJERES (LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL)
	CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL (UPSE)

Tabla N.-18 –Elaborado por:Jessica Jazmín Yagual Segarra

REFERENCIA INVESTIGATIVA A LAS RADIOS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

N.-	RADIOS	DIAL	CANTONES	NÚMERO DE PROFESIONALES MUJERES QUE TRABAJAN EN LA RADIO	PARILLA DE PROGRAMACIÓN
1	RADIO SANTA ELENA	1450 AM	SANTA ELENA	NO TRABAJAN MUJERES	SEMANAL CON VARIACIONES
2	RADIO GENIAL	106.9 FM	SANTA ELENA	NO TRABAJAN MUJERES	SEMANAL CON VARIACIONES
3	RADIO PARAÍSO	106.5 FM	SANTA ELENA	NO TRABAJAN MUJERES	SEMANAL CON VARIACIONES
4	RADIO SER	94.5 FM	SANTA ELENA	TRABAJAN CINCO MUJERES	SEMANAL CON VARIACIONES
5	RADIO CANDENTE	102.5 FM	SANTA ELENA	NO TRABAJAN MUJERES	SEMANAL CON VARIACIONES
6	RADIO ANTENA TRES	91.7 FM	LA LIBERTAD	TRABAJAN CINO MUJERES	TRIMESTRAL CON VARIACIONES
7	RADIO CARACOL	105.7 FM	LA LIBERTAD	TRABAJA UNA MUJER	SEMANAL CON VARIACIONES
8	RADIO LA VOZ DE LA PENINSULA	93.3 FM	LA LIBERTAD	NO TRABAJAN MUJERES	SEMANAL CON VARIACIONES
9	RADIO RECORD	105.3 FM	LA LIBERTAD	NO TRABAJAN MUJERES	MENSUAL Y TRIMESTRAL CON VARIACIONES
10	RADIO AMOR	89.3 FM	LA LIBERTAD	NO TRABAJAN MUJERES	DIARIA CON VARIACIONES
11	RADIO ENCUENTRO	100.9 FM	SALINAS	TRABAJAN 2 MUJERES	DIARIA CON VARIACIONES
12	RADIO SALINAS	103.3 FM	SALINAS	NO TRABAJAN MUJERES	SEMANAL CON VARIACIONES
13	RADIO LA CHOLA	94.1 FM	SALINAS	NO TRABAJAN MUJERES	SEMANAL CON VARIACIONES
14	RADIO NAÚTICA	97.3 FM	SALINAS	NO TRABAJAN MUJERES	SEMANAL CON VARIACIONES

Tabla N.-19-Elaborado por: Jessica Jazmín Yagual Segarra.



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ENCUESTA

OBJETIVO: Conocer por medio de la encuesta si la ciudadanía le gustaría escuchar que las mujeres que trabajan en las radios de la provincia de Santa Elena locuten en los programas deportivos.

INSTRUCCIONES: Estimado ciudadano, marque con una x la alternativa correcta, solo deberá escoger una sola opción. Las categorías tendrán la calificación de:

Nunca: 1 **Algunas veces:** 2 **Casi siempre:** 3 **Siempre:** 4

SEXO: MASCULINO FEMENINO

EDAD:
 a. 18 a 25 años
 b. 26 a 30 años
 c. 31 a 35 años
 d. 36 a 40 años
 e. 41 a 45 años

Preguntas	Nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1. Ha escuchado usted a mujeres que locuten en programas deportivos en las radios de la provincia de Santa Elena				
2. Los locutores de noticias deportivas emitidas en las radios de Santa Elena transmiten emociones mientras locutan.				
3. En las radios de la provincia de Santa Elena se escuchan programas deportivos que incentiven al deporte a los niños, jóvenes y adultos.				
4. Los programas emitidos en las radios aportan al fortalecimiento del deporte.				
5. Considera necesario que los locutores de programas deportivos en las radios sean también mujeres.				
6. Los reporteros de las radios de Santa Elena deberían estar presente cuando se realiza algún acto deportivo dentro de la provincia y a nivel nacional.				
7. Los locutores de las radios de Santa Elena realizan una correcta exposición de los programas deportivos.				
8. Considera que los locutores de radio deben darle un espacio de participación a los ciudadanos en los programas deportivos				
9. Los dueños de las radios deben permitir que las mujeres que trabajan en los medios de comunicación locuten los programas deportivos.				
10. La mujer puede incursionar en el ámbito deportivo y brindar una correcta información en las radios de Santa Elena.				

Encuestadora: Jessica Jazmín Yagual Segarra Gracias por su tiempo.

Santa Elena, 26 de marzo de 2015

Señor (es) de Representantes de las Radios del Cantón Santa Elena

De mis consideraciones:

Yo Jessica Jazmín Yagual Segarra con C.C. 0917400517, respetuosamente me dirijo ante ustedes augurando éxitos en su vida personal y profesional.

El objetivo de este escrito es manifestarle que el día 8 de febrero de 2014 culmine mis estudios de tercer nivel en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para lo cual estoy realizando el proceso de indagación previo a la elaboración del trabajo de titulación o grado con la temática: **“Las estrategias de comunicación para la participación de la mujer en el periodismo deportivo radial de la provincia de Santa Elena. Primer semestre 2014”**.

En efecto solicito a Uds., segura de su espíritu de colaboración a los jóvenes de nuestra patria, me ayuden con los procesos de investigación porque necesito conocer como la mujer profesional en el campo de la comunicación social incursiona o no en el periodismo deportivo.

Cabe recalcar que el objetivo es realizar un análisis exhaustivo y conocer básicamente las razones por las cuales no se brinda apertura a la mujer dentro de las radios de la provincia de Santa Elena en el espacio deportivo, tejiendo así un profesionalismo responsable y ético en bases a las normas deontológicas de la actual Ley de Comunicación vigente en el Ecuador.

Por su atención y positiva aceptación reitero agradecimientos.

Muy atentamente,

Jessica Yagual
J/Y