



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

TEMA:

**“ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIALES
(DIBLÙ, SUPER K800 Y CARAVANA) EN LA DIFUSIÓN DE LOS DEPORTES
NO TRADICIONALES EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN
LICENCIADO EN PERIODISMO**

TUTOR:

LCDO. JOSÉ LUIS FÉREZ VARGARA, MSC.

AUTORES:

**ORLANDO ANDRÉS BELLO MARTINEZ
JONATHAN ANDREE ANDRAMUÑO GERMAN**

GUAYAQUIL - ECUADOR

2015 - 2016



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
De Guayaquil
Facultad de Periodismo**

CERTIFICADO DEL TUTOR

En mi calidad de tutor, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Que el diseño del Proyecto de Investigación: **ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIALES (DIBLÙ, SUPER K800 Y CARAVANA) EN LA DIFUSIÓN DE LOS DEPORTES NO TRADICIONALES EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**, presentado por los estudiantes **ORLANDO ANDRÉS BELLO MARTINEZ Y JONATHAN ANDREE ANDRAMUÑO GERMAN**, aprobado anteriormente para luego desarrollar el proceso investigativo y la propuesta, cuyos textos reúnen las condiciones previas para ser defendidos ante el tribunal examinador.

Lcdo. José Luis Férez Vergara, MSc.



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
De Guayaquil
Facultad de Periodismo

DECLARACIÓN AUTORÍA

La responsabilidad del contenido de este proyecto de investigación, corresponde exclusivamente:

A Orlando Andrés Bello Martínez Y Jonathan Andree Andramuño Germán, estudiantes de la Facultad de Ciencias sociales y Derecho, Carrera Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, quienes declaran que la investigación a continuación expuesta es de su autoría y propiedad.

Orlando Andrés Bello Martinez
C.I. 0919159095

Jonathan Andree Andramuño German
C.I. 0916202732



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
De Guayaquil
Facultad de Periodismo

HOJA DE CALIFICACIONES

El Tribunal Examinador, previo a la obtención del Título de Licenciado en Periodismo otorga al presente proyecto las siguientes calificaciones:

TRABAJO ESCRITO	()
EXPOSICIÓN ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE A	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR (A) DELEGADO

PROFESOR (A) DELEGADO

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi madre y a mi padre que aunque por cosas de la vida no estuvo conmigo, sé que donde quiera que este, siempre me estará deseando las mejores cosas de este mundo. Asimismo dedicarlo en honor al esfuerzo y constancia con la misma intensidad con las que muchas personas dedican su amor y persistencia a elaborar los mayores inventos de la historia.

Además de dedicarlo a mi familia, también dedicárselos a amigos, y personas que quiero y admiro mucho, que siempre estuvieron cerca de mi haciéndome saber de manera honesta sus buenos augurios entorno a mi vida de éxito.

Gracias a Dios, por los amigos que me ha dado, tanto fuera como dentro de mi familia, y en base a eso me quedo con esta frase célebre.

“Preferid, entre los amigos, no sólo aquellos que se entristecen con la noticia de cualquier desventura vuestra, sino más aún a los que en vuestra prosperidad no os envidian.”

Sócrates

Andrés Bello

AGRADECIMIENTO

Quizás no soy un escritor, pero siempre es un buen momento y particularmente en estas líneas agradecer primero a Dios por todo lo que estoy viviendo y todo lo que vendrá. Ya que de su mano estaré siempre seguro y bendecido, en cualquier ámbito o situación que el destino me ponga en frente.

Asimismo, antes de empezar, hay una persona importante a la que quiero agradecer. Quiero agradecer a mi madre, Janneth Felícita Martínez Bajaña, quien Dios bendijo el día en que me permitió ser su hijo, y posteriormente ser criado por ella definitivamente. La cual ha sido mi motivación y fuerza para poder seguir al frente en cualquier ámbito de mi vida el cual me he desempeñado.

Su apoyo en todos los sentidos ha sido inconmensurablemente valioso durante todos estos años y más aún lo ha sido en esta etapa final, en donde siempre he recibido la mano amiga y el trato adecuado para poder abastecerme de energías día tras día.

Asimismo, dar mi agradecimiento al Lcdo. José Luis Férez Vergara, porque en su calidad de tutor supo guiarnos de la manera más adecuada posible. Y por supuesto a mi compañero Jonathan Andreé Andramuño German, el cual siempre estuvo con la más entera predisposición, para realizar este proyecto.

Existen más personas a las que debo agradecer, sin embargo en esta oportunidad celosamente he preferido guardar un espacio especial para las que ya han sido mencionadas.

Andrés Bello

DICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios que me ha guiado por el camino correcto y que en los momentos duros ha querido que me esfuerce y no desmaye y ha sabido ayudarme escalar todos los muros difíciles en esta vida.

A mis padres y hermanos, gracias a sus consejos, amor, comprensión y sabiduría soy lo que soy como persona, mi coraje, mi honor y mi perseverancia para cumplir mis objetivos también a mis sobrinos, Emiliano, Elías, a quienes prometí este título universitario.

Por último a mi esposa quien me ha ayudado con su apoyo y amor a conseguir este gran y valioso objetivo.

Me he tomado el atrevimiento de robarme una pequeña frase.

“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar” Thomas Chalmers

Jonathan

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primero quiero agradecerlo a Dios ya que sin el nada de esto podía haber pasado, gracias a él estamos aquí y gracias a él he realizado mi sueño.

A mis padres, César Andramuño Hernández y Mónica German Alemán que me han apoyado siempre en todo lo que haya decidido emprender, a mis hermanos que siempre han deseado verme en donde estoy, a mi tío Luis Corazón Andramuño quien nos dio un gran apoyo en nuestro trabajo de tesis.

Agradecer a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional, asimismo agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional y que en este último tramo me ayudaron de uno u otra manera a conquistar mi sueño.

Un agradecimiento muy grande para José Luis Ferez quien nos fue asignado como tutor de proyecto y sin él no estaríamos parados donde estamos, de la misma manera no puedo dejar de mencionar a mi compañero de tesis, Andrés Bello, con quien nos hemos comido todas las verdes y gracias a nuestro esfuerzo y bajo la duda de muchos, hoy estamos aquí.

Por último pero no menos importante, quiero agradecer a mi esposa Shirley Mendoza Sánchez, que me ha dado un apoyo total y ayudado en todo lo que ella más ha podido, sin su apoyo y su insistencia tal vez hoy no haya estado aquí. Sé que se me están escapando varias personas a las que les debo de agradecer, pero si me pongo a nombrarlas este texto sería más largo que mi proyecto, quiero decir gracias y que Dios los bendiga a todos.

Jonathan

Resumen

La realización de este proyecto tuvo como objetivo primordial analizar la inclusión de los deportes no tradicionales en las programaciones radiales deportivas de Guayaquil. A partir de ese análisis, se buscó encontrar las razones o no de su vinculación a radios en la localidad. Para ello, se escogió 3 radios con contenido variado y así conocer con exactitud primero si dan prioridad al contenido deportivo en su programación y luego saber cuánto espacio reciben los deportes o disciplinas no tradicionales. Además, un punto esencial en este proyecto se basó en realizar una encuesta a los moradores de las calles Gral. José de San Martín (norte) hasta Venezuela (sur) y de la Ría, Manuel de Villavicencio (Este) hasta la Av. Quito (oeste) en la parroquia Ayacucho y conocer cuáles son sus expectativas sobre el periodismo deportivo en concreto. Un 71% de los encuestados considera que el periodismo como tal es altamente productivo, pero solo el 47% considera que el periodismo deportivo en sí, tiene la suficiente calidad en el país. Como dato adicional, se realizaron diversas entrevistas a profesionales en distintos campos: comunicativo, legal, psicológico, sociológico, también a periodistas con gran experiencia en el campo deportivo radial y a directores de deportes de dos radios de Guayaquil. Una vez ejecutados estos pasos, se obtuvo como resultado, que las radios dan mayor prioridad a los deportes tradicionales, especialmente al fútbol, quienes gozan de amplio espacio en el medio radial. Por ello, se apunta entre otros aspectos, en que los medios radiales de la ciudad den mayor prioridad al contenido deportivo y a su vez incrementar el número de deportes no tradicionales en sus programaciones. Para complementar este último punto, el proyecto de esta tesis se enfocó en crear una programación a través de una radio por internet, con el afán de que los deportes poco abordados, sean tomados en cuenta, además de encontrar por esa vía, una vinculación alterna entre directores de deportes y las nuevas tendencias comunicacionales.

Palabras claves: radios de Guayaquil, periodismo deportivo, radio online, nuevos periodistas, deportes no tradicionales.

Abstract

The realization of this project was mainly to analyze the inclusion of nontraditional sports in sports radio programming of Guayaquil. From this analysis, we sought to find the reasons or not linking to radios in the town. To do this, 3 radios was chosen with varied content and thus know exactly first whether prioritize sports content in its programming and then know how much space are non-traditional sports or disciplines. In addition, an essential point in this project was based on a survey of the inhabitants of the streets Gral. Jose de San Martin (north) to Venezuela (South) and the river, Manuel Villavicencio (East) to the Av. Quito (West) in the Ayacucho parish and know what their expectations about sports journalism in particular. 71% of respondents believe that journalism as such is highly productive, but only 47% believe that sports journalism itself has enough quality in the country. Communication, legal, psychological, sociological, also journalists with extensive experience in radio sports field and athletic directors of Guayaquil two radios: As additional data, various interviews with professionals in various fields were made. After doing these steps, was obtained as a result, the radios give higher priority to traditional sports, especially football, which enjoy ample space in the radio. Therefore, it is noted inter alia that the radio stations of the city give greater priority to sports content and in turn increase the number of non-traditional sports in their programming. To complement this last point, the project of this thesis focused on creating programming through an Internet radio, an effort that sports little discussed, are taken into account, besides finding in this way, an alternate link between athletic directors and new communication trends.

Tabla de contenido

CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Tema	1
1.2 Diagnóstico: ámbito/contexto	2
1.3 Definición del problema de investigación	2
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.5 Justificación	5
1.6 Objetivos de la investigación	7
1.6.1 Objetivo general	7
1.6.2 Objetivos específicos.....	7
1.7 Intencionalidad de la investigación	7
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1 Estado del conocimiento	8
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	8
2.1.1.2 Periodismo Deportivo	13
2.2 Fundamentación teórica	18
La comunicación.....	18
Las funciones de la comunicación en la radio	19
El proceso en comunicación.....	19
La dirección de la comunicación	20
Barreras a la comunicación eficaz	21
La comunicación interna	22
Niveles de comunicación.....	23
Importancia de la comunicación interna en la radio.....	24
2.2.1 Fundamentación legal	33

2.2.1.1 Constitución de la República del Ecuador	34
(R.O. No.449, 20-X-2008)	34
2.2.1.2 Ley de Radiodifusión y Televisión del Ecuador	35
2.2.2 Fundamentación psicológica	40
2.2.3 Fundamentación sociológica	43
2.2.4 Fundamentación comunicacional	44
2.2.5 Definiciones Conceptuales	47
2.3 Hipótesis	49
2.3.1 Hipótesis correlacionales.....	49
2.3.2 Hipótesis específicas	49
2.4 Variables	50
3. Metodología	51
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
3.2 Modalidad de la investigación.....	51
3.3 Tipo de investigación	51
3.4 Instrumentos de investigación	52
3.5 Recolección de la información	52
3.5.1 Encuesta:	52
3.5.2 Entrevista.....	54
3.6 Procesamiento de los datos y análisis.....	54
3.7 Criterios para la validación de la propuesta	54
3.8 Investigación Descriptiva	54
3.9 Objetivos de la Investigación Descriptiva	55
3.10 POBLACIÓN OBJETIVO	55
3.11 SELECCIÓN DE LA TÉCNICA DE MUESTREO	55
3.12 SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	56
E= Margen de error, equivalente al 7%	56
3.2 Población y muestra	56

3.2.1 FÓRMULA PARA LA OBTENCIÓN DEL VALOR MUESTRAL	57
3.3 Aplicación de instrumentos	58
3.4 PROCESAMIENTO DE DATOS.....	59
3.4.1 Entrevista.....	65
3.4.1.1 Desarrollo de la entrevista	66
3.4.2 Discusión general de resultados, análisis global	67
3.5 Recursos: Presupuesto	69
3.5.1 Instrumentales	69
3.5.2 Cronogramas	70
3.5.3 Presupuesto.....	70
3.6 Resultados – productos	71
4. Informe Técnico final	72
4.1 Conclusiones.....	73
4.2 Recomendaciones	74
4.3 Título de la propuesta	75
4.4 Justificación	75
4.5 Objetivos de la propuesta	77
4.5.1 Objetivo general	77
4.5.2 Objetivos específicos.....	78
4.6 Importancia	78
4.7 Ubicación sectorial y física	78
4.8 Factibilidad	79
4.9 Descripción de la propuesta	79
4.10 Actividades de la programación	79
4.11 Presupuesto.....	84
4.12 Guión para programa radial	85
4.13 .- Bibliografía	97
4.13.1 REFERENCIAS ELECTRONICAS.....	101

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En la actualidad en nuestro país se practican alrededor de 35 deportes los mismos que son fomentados por las Federaciones por deporte, quienes no han desarrollado verdaderas campañas motivacionales para incentivar a los jóvenes a la práctica de otros deportes, y de igual comportamiento de los medios de comunicación en no difundir la práctica, competencias y el desarrollo de un futuro deportivo masivo completo en nuestro país.

El futbol es el único deporte que se ha masificado en todo el país, para lo cual algunos equipos de futbol profesional han creado sus propias escuelas, los Municipios y Consejos Provinciales también han decidido fomentar la práctica del Futbol.

Art. 82.- El Estado protegerá, estimulará, promoverá y coordinará la cultura física, el deporte y la recreación, como actividades para la formación integral de las personas. Proveerá de recursos e infraestructura que permitan la masificación de dichas actividades.

Auspiciará la preparación y participación de los deportistas de alto rendimiento en competencias nacionales e internacionales, y fomentará la participación de las personas con discapacidad.

1.1 TEMA

“ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIALES (DIBLÙ, SUPER K800 Y CARAVANA) EN LA DIFUSIÓN DE LOS DEPORTES NO TRADICIONALES EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.2 DIAGNÓSTICO: ÁMBITO/CONTEXTO

Los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que permite mantener en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

La rapidez y dramatismo con que los MASS MEDIA (Medios de Comunicación para las Masas) se han ido incorporando en nuestra realidad, no ha dado tiempo para adaptarlos. Ante ello es difícil tomar una actitud serena: o aferrarse a un mundo estático, pre-industrial; o se desarraiga por completo quedando a merced de las novedades o estímulos superficiales, e ignorando el pasado.

Los medios de comunicación radiales en el país y en especial en la ciudad de Guayaquil en su mayoría han definido en sus programaciones al Fútbol como deporte principal y dedican gran parte de su programación a comentar, entrevistar, y discutir sobre las tácticas y estrategias que debe emplear el Director Técnico de los equipos participantes en el campeonato nacional.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La falta de difusión de los diferentes deportes existentes, Tenis de mesa, Vóley bol, básquet, natación, béisbol y box, trae como consecuencia la poca participación de los jóvenes en las diferentes competencias, internas, regionales, nacionales e internacionales. (Ecuafútbol)

Demuestran que son muy pocos los deportistas que participan lo que ha ocasionado que en algunas competencias debemos nacionalizar a deportistas extranjeros que si están preparados en estos deportes marginados por la gran prensa deportiva. Para lo cual se definió investigar una zona muy importante de nuestra ciudad ubicándola en el centro de nuestra ciudad, específicamente en la Parroquia Ayacucho, correspondiente a las calles Gómez Rendón (norte) hasta Venezuela (sur) y de la Ría (Este) hasta la Av. Quito (oeste).

Al monitorear las emisoras DIBLÙ, SUPER K800 Y CARAVANA, se logró establecer un grupo objetivo de oyentes, que va desde los 18 a 30 años, los que manifestaron que esas emisoras no satisfacen sus necesidades de conocer, sobre otros deportes que les interesan practicar.

Esta primera parte de la investigación lleva a diseñar una encuesta para ese grupo objetivo donde se determinó que los deportes que más les interesan son: Tenis de mesa, vóleibol, básquet, natación. Béisbol y box y el objeto de la investigación se reduce a los siguientes lugares: Federación Deportiva del Guayas, Estadio modelo donde funcionan algunas disciplinas, Coliseo Abel Jiménez Parra, Estadio Yeyo Úraga.

Situación en conflicto

El estudio se llevará a cabo exclusivamente en el centro – sur de la ciudad de Guayaquil en la Parroquia Ayacucho específicamente enmarcado en las calles Gral. José de San Martín (norte) hasta Venezuela (sur) y de la Ría Manuel de Villavice (Este) hasta la Av. Quito (oeste), sector que comprende 11 manzanas o bloques.



Fuente: Google Maps

Causas del problema y sus consecuencias

Las causas de este problema se demuestran según la investigación y se la detalla de la siguiente manera:

Causas

1. No hay programa deportivo que haya difundido la variedad de deportes que se requieren practicar, para tener deportistas en los deportes necesarios para las competencias nacionales y regionales.
2. El Fútbol, es el deporte preferido por las producciones comerciales de las emisoras.
3. Escenarios deportivos a disposición de los jóvenes con entrenadores dispuestos a entrenar a quienes requieren estos servicios.
4. Desconocimientos de los oyentes de la existencia de la. Historia, estadísticas, grandes glorias y ranking mundial de estos deportes.

Consecuencias

Las consecuencias a las causas son:

1. Pocos conocen una referencia de un programa deportivo con estas características planteadas.
2. Poca inversión de los patrocinadores en un programa deportivo de estas características.
3. No hay programas donde se escuchen deportes de todas las disciplinas.
4. Desmotivación de los productores de programas deportivos, por falta de espacio en los medios de comunicación.

Delimitación del problema

CAMPO: Radial

ÁREA: Comunicación Deportiva

TEMA: “ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIALES (DIBLÙ, SUPER K800 Y CARAVANA) EN LA DIFUSIÓN DE LOS DEPORTES NO TRADICIONALES EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”.

PROBLEMA: Poca producción en programas deportivos radiales en difusión de los diversos deportes muy poco practicados.

DELIMITACIÓN ESPACIAL: El estudio se llevará a cabo exclusivamente en el centro – sur de la ciudad de Guayaquil, en la Parroquia Ayacucho específicamente enmarcado en las calles Gral. José de San Martín (norte) hasta Venezuela (sur) y de la Rúa, Manuel de Villavicencio (Este) hasta la Av. Quito (oeste), sector que comprende 11 manzanas o bloques.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo determinar el impacto de los medios de comunicación radiales (DIBLU, SUPER K 800 Y CARAVANA) en la difusión de los deportes no tradicionales en el centro de la ciudad de Guayaquil?

1.5 JUSTIFICACIÓN

El Ecuador ha experimentado desde hace ya muchos años, cambios trascendentales en el periodismo deportivo, sin embargo se ha dedicado a muy poco a la explotación de información en las diferentes doctrinas que se practican a nivel local o fuera del territorio, teniendo como único deporte al fútbol, el que ha ganado casi en su totalidad el espacio que podrían ocupar las diferentes disciplinas que se ponen en práctica en el país.

Como ya se lo ha señalado, aquello conlleva a que se busquen ejercer funciones completamente distintas a lo estudiado. Además, se vuelve más que necesario,

encontrar los caminos adecuados que ayuden a suplir la falta de oportunidades o en su defecto encontrar específicamente la o las alternativas idóneas para cubrir ese vacío.

En el plano radial, muchas opciones pueden surgir, desde la creación o formación de programas deportivos que permitan más que todo ganar experiencia y adquirir el conocimiento previo a ingresar a un medio, o a su vez ser más preciso y crear un medio radial alternativo.

Sin embargo, el análisis o estudio debe hallar las razones principales que están generando más de un inconveniente en un sector que poco a poco va ganando mayor acogida en el público de la ciudad.

De las reducidas ocasiones en las que se ha podido realizar programas deportivos diseñados para motivar una masificación en deportes poco practicados, produce un desinterés en los jóvenes, sea este en formato de TV, prensa o radio. La investigación motiva a diseñar un programa con estrategias comunicacionales con la finalidad de motivar y de alguna forma, incentivar a los jóvenes a la práctica continúa de las diferentes disciplinas que la Federación Deportiva del Guayas necesita, a fin de poder definir las selecciones por deporte.

En definitiva, el involucramiento del periodismo en el ámbito de los deportes poco practicados en el Ecuador, defenderá la teoría de que el fútbol no es la única disciplina que se da en el entorno, asimismo, la necesidad de espacios laborales para la gran producción de periodistas apasionados por el deporte que se educan en las universidades del país, obliga a los mismos a incurrir en labores diferentes a la relacionada con el periodismo, es entonces en donde se plantea que con esta nueva óptica comunicacional, se pretende brindar el espacio acorde y la necesidad por parte de los medios, de crear el ambiente adecuado para la labor de y producción de periodismo deportivo en los diferentes deportes practicados en el territorio nacional e internacional.

1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 Objetivo general

Determinar la causa por la cual no existen los suficientes programas en los medios de comunicación radial Diblu, Super K 800 y Caravana de la ciudad de Guayaquil, que realicen la difusión de los deportes no tradicionales o poco practicados.

1.6.2 Objetivos específicos

1. Analizar las parrillas de programación de las tres radios (DIBLÚ, SUPER K800 y CARAVANA).
2. Identificar qué porcentaje de programas difunden de forma equitativa los deportes poco practicados en su parrilla.
3. Establecer las preferencias deportivas tanto de los programadores como la de los comentaristas deportivos..
4. Diseñar producto radial, integrando los deportes no tradicionales para promover actividades deportivas no antes abordadas.

1.7 INTENCIONALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Con la planificación y diseño de una estrategia comunicacional radial se logrará motivar e incentivar en los jóvenes, la práctica de los deportes menos difundidos y que son necesarios tener para la participación en campeonatos nacionales e internacionales, con la única y responsable intención de integrar a toda la ciudadanía de la diversidad de disciplinas deportivas que se practican, pero que por su poca difusión, se desconocen.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ESTADO DEL CONOCIMIENTO

2.1.1 Antecedentes Históricos

HISTORIA DE LA RADIO

A principios del siglo XX, surge la brillante figura de Guillermo Marconi (1873-1937), físico italiano, nacido en Grifones, quien se interesa por el estudio de las ondas hertzianas y después de algunos ensayos, lo hizo viajar a Inglaterra, donde realizó sus primeros experimentos. En 1897 estableció una comunicación inalámbrica entre Lavenocky y Brean-Down (Canal de Bristol; distancia: 14 km). Por invitación del gobierno italiano, Marconi instaló una estación terrestre en La Spezia, destinada a comunicarse con los barcos italianos. En calidad de miembro del Instituto de Ingenieros Electricistas en 1899, leyó sus "Notas sobre telegrafía sin hilos". En 1901 logró establecer comunicación entre Cornualles y San Juan de Terranova (375 km), hasta que, a bordo del buque Filadelfia, captó señales de Poldhu a una distancia de 3000 km. Su invento hizo posible el desarrollo de la radiotelefonía y de la televisión. En 1909 obtuvo el Premio Nobel. Fue elegido senador del Parlamento italiano en 1914, y años después se le concedió el título de Marqués.

Marconi es considerado como el inventor de la radio, pues fue él quien perfeccionó los instrumentos que otros habían desarrollado, sólo que agregó a su aparato una antena y una conexión en tierra con lo que logró transmitir y recibir

señales por vez primera. La hazaña de Marconi quedó asegurada así para la posteridad.

Conviene destacar que a principios de este siglo nadie, incluyendo a Marconi, tenía idea del uso popular que muy pronto tendría la radio. Originalmente su uso primordial era para los barcos en alta mar. Estos transportes estaban desconectados de las comunicaciones terrestres. En abril de 1912, ocurrió el hundimiento del Titanic al chocar contra un témpano, mucha gente murió y esto provocó que el pueblo exigiera una legislación que implicara la utilización de la radio en las embarcaciones.

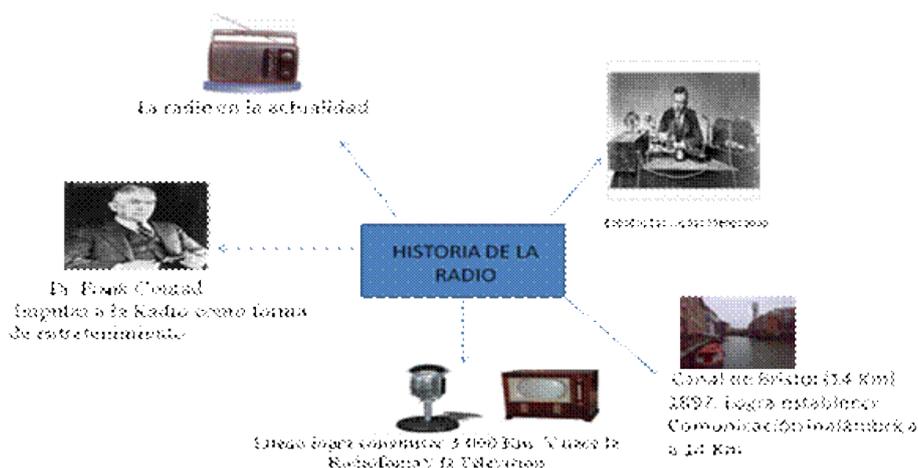
No obstante, fue hasta 1919 cuando empezó a funcionar la Radio Corporation of América (RCA), con lo que la comunicación inalámbrica pudo avanzar. Sin embargo, en todo ese tiempo, aún no se pensaba utilizar a la comunicación inalámbrica para efectos de entretenimiento. El primero en utilizarla para tal propósito fue el Dr. Frank Conrad, ingeniero de la Westinghouse en Pittsburg. Conrad impulsó a la radio como una forma de entretenimiento, ya que durante su tiempo libre y en su propia casa, reemplazaba en su aparato la clave Morse por un micrófono, así en vez de radiar puntos y rayas emitió música.

Frank Conrad utilizó el piano y el fonógrafo de su hogar, así como cualquier disco para sus emisiones. Esto trajo como consecuencia que quienes lo escuchaban se entusiasmaran con este nuevo uso. Con el tiempo se establecieron los medios técnicos, legales y económicos que harían de la radio un deleite para el hombre. El nacimiento de la radio, no fue fácil ni definido. Este medio tuvo que buscar sus propias características y además lo hizo nuevamente al aparecer la televisión: hija de la radio.

Fueron los radioescuchas quienes le brindaron su apoyo al construir o adquirir un aparato receptor. A ellos no les importó que en las primeras emisiones una estación se 'encimara" sobre otra, produciendo un terrible efecto, y que además, después le agregaran una serie de molestos anuncios y canciones comerciales.

Poco a poco, la radio fue reglamentada, de tal manera que cada estación transmitiera en una frecuencia de onda, se estableciera una duración determinada para la transmisión de sus programas, etc.

La transmisión con fines de entretenimiento y como apoyo del comercio, prevalece hasta nuestros días. De ahí que al estudiar la historia de la radiodifusión, se pueda valorar la relevancia de ésta en su tiempo, y en el nuestro, pues debemos estar conscientes de la gran importancia que representa la radio como medio masivo de comunicación, que emite conciertos, relatos espeluznantes, óperas, peleas de box, juegos de beisbol, noticias, estado del tiempo, hora exacta del observatorio, resultados de las elecciones, etc.



Fuente: Revista el Chasqui, 1997, F. Checa

La radio, como muchas veces se ha dicho, es un medio ciego, pero también es, al mismo tiempo, un mundo a todo color. La radio es todo eso porque, en aquel que la escucha, genera constantemente imágenes mentales que, a diferencia de esas otras imágenes que ofrecen el cine, la televisión, la prensa, la fotografía o los videojuegos, por citar algunos ejemplos, no están limitadas por espacios, ni por pantallas, ni por colores, ni por sonidos.

Y tampoco están limitadas, ni mucho menos, por el lenguaje radiofónico; un lenguaje que, como luego veremos, presenta una gran riqueza expresiva y unas extraordinarias posibilidades de explotación. La capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes es, sin duda, la principal especificidad de la radio como

medio de comunicación, aunque tradicionalmente también se le han atribuido otras propiedades a las que necesariamente tenemos que referirnos: su inmediatez, la heterogeneidad de su audiencia, su accesibilidad o la credibilidad de sus mensajes. Además, la radio, en comparación con la prensa o la televisión, es barata y técnicamente sencilla.

No hace falta disponer de grandes infraestructuras para emitir, ni trasladar cámaras, ni equipos de iluminación, ni poner en marcha impresionantes rotativas. La radio, pese a los avances que han experimentado otros medios gracias a la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, sigue siendo, en la actualidad, la más rápida y la más instantánea, sobre todo a la hora de transmitir acontecimientos noticiosos de última hora. De la misma manera, la radio no ha perdido la virtud de llegar a todos los públicos, porque, entre otras cosas, sus mensajes son sencillos y fáciles de entender, porque su escucha es compatible con el desarrollo de otras actividades, porque entretiene, porque no es necesario saber leer, porque es gratuita, y porque, a diferencia de la prensa, la televisión o el cine, para algunas personas discapacitadas no interpone barreras.

El medio que nos ocupa ha inspirado tradicionalmente una gran confianza entre sus seguidores, posiblemente porque la mayoría de los locutores se dirigen a ellos de tu a tu, les despiertan por la mañana, les acompañan durante la noche, conversan con ellos, les hablan..., y casi siempre con un halo de naturalidad y amistad que difícilmente se aprecia en otros medios audiovisuales. En la confianza que despierta la radio entre la población española, posiblemente radique el hecho de que, hoy por hoy, siga suscitando una gran credibilidad.

Pocos ponen en duda, por ejemplo, la veracidad de la información radiofónica. Pero como podrás intuir, no todo son ventajas. La radio tiene otras características que conviene no perder de vista, ya que influyen poderosamente sobre el trabajo diario de sus profesionales y condicionan gran parte de las tareas productivas más cotidianas, como la redacción de los textos y la locución. La radio, no lo olvides, es un medio exclusivamente sonoro y, por tanto, en la percepción de sus mensajes sólo participa uno de los cinco sentidos: el oído. Además, la radio es un

medio acústico, ya que, como señala en su libro *La audiovisión* Michel Chion, uno de los teóricos más prestigiosos en el campo de la comunicación audiovisual, no aporta imagen alguna del origen de todos aquellos sonidos que constantemente emite.

Previamente a realizar el estudio se toma en consideración los inicios de la radiodifusión en el Ecuador, todo esto como una forma de tratar de percibir de forma coherente y sustentada cual es el impacto que ha venido teniendo en la sociedad la prensa radial.

Si bien es cierta la televisión juega un papel fundamental en el plano de la comunicación y entretenimiento en la sociedad. Sin embargo es indispensable destacar que la radio durante décadas ha sido el medio de comunicación más versátil y de mayor inmediatez en nuestra comunidad, creando de manera irremediable un impacto en la vida del oyente.

Es importante citar que los inicios de la radio en Ecuador se dieron en el siglo xx en lo que se llamó “la época de oro” de la ciudad de Riobamba ya que en ese entonces se desarrollaron una serie de eventos de gran calidad en el plano urbanístico, literario, musical, deportivo, bancario, industrial.

Entre las obras de mayor trascendencia que se dieron en ese entonces fue la creación de la Radio “El Prado” la cual se erige como la primera Estación radiodifusora en el Ecuador, la cual tuvo como figura excluyente a Carlos Cordovez Borja, empresario con ascendencia colombiana.

La primera radiodifusión de prueba según el investigador Mario Godoy se efectuó el 27 de febrero de 1925 en la ciudad de Riobamba mientras que la transmisión normal se realizó el 13 de junio de 1929.

Dicho todo esto existirán muchas opiniones y puntos de vista divergentes y contradictorios sobre el nacimiento de la radiodifusión en el país; sin embargo

mientras no se demuestre lo contrario Riobamba quedará como la cuna de las transmisiones radiales en el Ecuador y Carlos Cordovez Borja como su pionero. Carlos Cordovez Borja quien nació el 18 de octubre de 1888, fue enviado a los 7 años a un colegio de Austria. Sus estudios superiores los realizó en la universidad de Yale en los Estados Unidos de América obteniendo el título de ingeniero electricista.

Posteriormente volvió al país como Gerente de la General Electric de Guayaquil.

Asimismo fue empresario industrial. La fábrica El Prado inicio su producción en el año 1917, convirtiéndose en uno de sus directores hasta vender la fábrica en 1942.

El Prado además de ser un centro industrial de primera calidad, la fábrica fue en espacio abierto al fomento del arte y del deporte, donde justamente hacemos relación con nuestro proyecto. En el aspecto artístico podemos subrayar a la Radio, orquestas, bandas de música, intérpretes y ejecutantes. Mientras que la relacionado al deporte se promovió (tiro al blanco, equipos de futbol, equipos de básquet, natación, etc.)

Cabe reconocer que en un folleto editado en Chicago, en julio de 1934, se informó que la Estación de Radio “El Prado” que opera bajo el nombre de PRADO, probablemente ha sido escuchada en los Estados Unidos todos los jueves por la noche desde Octubre de 1930.

2.1.1.2 Periodismo Deportivo

Las décadas de los 50 y 60 del siglo XX vieron el crecimiento del periodismo deportivo tanto en imprenta como en medios audiovisuales. De la misma manera se desarrollaron las primeras agencias de noticias deportivas y el fotoperiodismo deportivo con foto reporteros como Tony Duffy que fundó la agencia All Sport al sur de Londres poco tiempo después de los Juegos Olímpicos de Tokio en 1964 y con fotografías fascinantes como aquella de Bob Beamon por los aires hacia su

récord mundial en los Juegos Olímpicos de México en 1968, imagen que le dio ventas por millones de libras esterlinas.

Citado lo anterior, se aprecia como el periodismo deportivo de un momento a otro tomó un impulso grande, a tal punto que obligó a la creación o formación de agencias especializadas en deporte, además de que medios importantes sobre todo en Europa y luego en diversas partes del mundo vieron su nacimiento precisamente gracias al periodismo deportivo.

Medios como L'Equipe en Francia, Marca, As, Mundo Deportivo, en España, La Gazzetta dello Sport en Italia, además de emisoras como Sports Illustrated y Sporting News en Estados Unidos, las cadenas internacionales como ESPN y Fox Sport con gran influencia en Estados Unidos y Latinoamérica, Televisa Deportes y Univisión en México, citando algunas, fueron interviniendo y ganando mucho peso en la información, convirtiéndose hoy en día en empresas por un lado rentables y por otro con gran nivel de aceptación, credibilidad y confiabilidad.



Captura de pantalla de la página web de ESPN Televisión



Captura de pantalla de la página web de AS TV (España)



Captura de pantalla de la página web de Diario Marca (España)



Captura de pantalla de la página de L'Équipe (Francia)

Justamente por este último punto, la Redacción Periodística Especializada expone en el portal Borriones.net, la importancia y notoriedad que ha obtenido el periodismo deportivo. Al respecto cita lo siguiente: La comunicación deportiva ha pasado de ser una hermana pobre de la información, a ser clamada por la sociedad, y el periodismo deportivo, aupado por la expansión del deporte y por los intereses creados a su alrededor, debido a ser una actividad inteligible para todos los seres humanos y abierta a todas las razas, ideologías y religiones a convertirse en una faceta de la información con personalidad propia.

De esa forma, la actividad deportiva comienza a ser controlado, por un lado, por los gobiernos, como un bien educativo y sanitario y, por otro, por organismos públicos y entidades, en el aspecto restringido de lo comercial, así como por los organismos deportivos formados por clubes y federaciones deportivas. Todo ello, concluye en un estado de necesidad comunicativa reclamada por la sociedad, de donde nace la información periodística especializada en deporte, productora de

un efecto comunicacional en dos sentidos: el referente a la educación física y a la motivación intelectual proporcionada por el deporte. (F.E.F, 2015)

Para poder determinar que el fútbol es el deporte en el Ecuador con mayor influencia, fue precisa la utilización del sistema de las encuestas a través de un cuestionario de preguntas orientadas a establecer cuáles son las expectativas de los jóvenes con respecto a la versatilidad que debería tener un programa radial.

La investigación se fundamenta con el principio de la comunicación establecido por Horacio Andrade (2005), que refiere a todo un proceso que deber ser efectivo y duradero y estable, por eso está puesto a la creación de un Programa Deportivo. Se estudian los componentes determinantes, es decir. La producción de un espacio divertido y entretenido para los deportistas de la ciudad de Guayaquil. Se tomará de referencia los principales deportes del país como: Fútbol, Tenis, Natación, Atletismo y Baloncesto; además de las diferentes disciplinas deportivas que se practican.

Importancia de la comunicación interna en la radio

Es importante recalcar que el uso de la radio como medio de comunicación masiva ya sea de difusión, social o tecnificada siempre estará determinado por los criterios de cada uno de los responsables de su funcionamiento, la adecuación de su contenido del tipo de auditorio, del destinatario. Juega una función indispensable para desarrollar las características de su funcionamiento. La importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que posee, una calidad íntima de tú a tú, que la mayoría de los otros medios no tienen. Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios. (Romo, 1987)

Como una necesidad propia del hombre para comunicarse, nace la radio tomando como antecedentes las aportaciones hechas por investigadores desde épocas pasadas. Este medio permite comunicarse a distancia sin ningún medio físico más que las ondas electromagnéticas. Nace como un medio de radiodifusión para comunicar a dos personas en circunstancias especiales, por lo que esta forma de comunicación se considera como un invento buscado no fortuito. Melvin de Fleur

autor del libro “Teorías de la comunicación de masas ed. Paidós 1989” considera tres razones por las que fue posible el nacimiento de la radiodifusión.

- a) Necesidad de encontrar un medio de comunicación en la ciudad.
- b) Descubrimientos científicos que podían hacer posible la utilización de la radio.
- c) Los únicos medios utilizados hasta ese momento eran el telégrafo y teléfono.

Según el autor antes mencionado se requería de un medio que tuviera las características tanto del telégrafo como del teléfono pero que no requiriera de conexiones para llevar a cabo el envío de mensajes. (Romo, 1987)

Para hacer posible el uso de la radio como medio de comunicación se partió de las aportaciones realizadas por los investigadores que trabajaban con los fenómenos eléctricos. Es por ello que se considera importante presentar los hechos más trascendentes acerca del estudio de este fenómeno.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Los programas deportivos tienen diferentes finalidades y son una herramienta valiosa para alcanzar distintos objetivos, una parte fundamental en la creación de Pasión Deportiva que impone su clase en sus respectivas disciplinas.

La efectividad del programa es crítica tanto para el éxito a largo plazo de una producción como para obtener su capital de inversión. Seguramente a eso se debe que se haya escrito tanto acerca de la preparación del programa Pasión Deportiva. Sin embargo, no existe una fórmula para hacerlo ya que cada programa es diferente y tiene diversos objetivos y necesidades.

La comunicación

La radio (entendida como radiofonía o radiodifusión, términos no estrictamente sinónimos) es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio vacío. Pero entonces debemos coordinar primero que es la comunicación, en que consiste y porque del proceso comunicativo. Como medio

de comunicación, requiere una forma de transmisión concreta. El acto de hablar alcanza su máxima expresión, por lo que es fundamental para el periodista radiofónico controlar su voz, que es su herramienta de trabajo. Para Sanabria, "el timbre, el tono, la intensidad, la entonación, el acento, la modulación, la velocidad y los intervalos son los matices que determinan el estilo de la radio".

Es necesaria una buena vocalización y leer con naturalidad para no caer en errores de tipo gramatical y que se comprenda bien el mensaje que se desea transmitir.

El lenguaje radiofónico está compuesto por unas reglas que hacen posible la comunicación. Cada una de ellas aporta un valor necesario para la comprensión del mensaje:

Las funciones de la comunicación en la radio

Como medio de comunicación la radio juega un papel importante dentro de la sociedad. Es por eso que el autor considera importante describir las funciones que lleva dentro de nuestra vida social. Según Jorge Lozoya en su artículo "El estatuto de la radio y televisión" incluye un orden de prioridades con respecto a los medios masivos de la comunicación establecido por la UNESCO en 1970.

- Información: Siendo esta la libertad de emitirla y recibirla
- Educación y Cultura: Consideramos que todo informe educa y cultiva
- Desarrollo: Con la labor de los medios en los temas de modernización.
- Movilización Política y Social: Labor de la construcción Social
- Entretenimiento y Recreación.
- Publicidad y Anuncios.

Cada una de estas funciones describe el contenido de la radio como uno de los principales y más antiguos medios de comunicación (Romo, 1987)

El proceso en comunicación

Según Robbins (2004) un modelo de comunicación arranca desde la fuente, donde el mensaje se genera y se codifica para ser enviado a través del canal

escogido, una vez que el mensaje llega al canal, es decodificado para ser recibido por el receptor, quién devuelve el proceso en el mismo sistema pero ahora es llamado retroalimentación.

La radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales, su contacto es más personal, a diferencia de los inicios de la misma, que tenía un lugar privilegiado en el mejor espacio de la casa para ser escuchado por toda la familia, hoy se ha vuelto más íntima, cercana, establece un contacto más personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. Este es un medio selectivo y muy flexible y a diferencia de los otros medios es mucho más inmediato y rápido y además el receptor de la radio suele ser menos culto y más sugestionable en la mayoría de los casos, y como medio de comunicación, la radio nos brinda la oportunidad de alcanzar un mercado con un presupuesto mucho más bajo del que se necesita en otros medios, es por eso, que es mayor la audiencia potencial de la radio. Comunicación viene del Latín comunicato = participación, acción de hacer conocer; un fenómeno natural y en relación grupal de los seres vivos por el cual éstos obtienen información acerca de su entorno y de otros entornos con la capacidad de compartir esas experiencias. Para que se pueda desarrollar el proceso de comunicación es necesario una interacción entre dos sujetos (o más).

La dirección de la comunicación

Chester Barnard por ejemplo, consideró la comunicación como el medio a través del cual la persona se vincula en una organización para alcanzar un fin común. Esta sigue siendo la Función fundamental de la comunicación. De hecho, la actividad de Grupo es imposible sin la comunicación ya que no se puede lograr La coordinación ni el cambio. Los psicólogos están interesados también en la comunicación. Hacen hincapié en los problemas humanos que se presentan en el Proceso comunicador de iniciar, transmitir y recibir información. Se han centrado en la identificación de las barreras contra la Buena comunicación, particularmente las que tienen que ver con las Relaciones interpersonales. Los sociólogos y los

teóricos de la Información, así como los psicólogos, se concentran en el estudio De las redes de comunicación. (Barnard, 1948).

Barreras a la comunicación eficaz

Diversas barreras retardan o distorsionan la comunicación como:

- a. **Filtrado:** El filtrado se refiere a la manipulación deliberada de la información por parte del emisor de modo que aparezca más favorablemente a los ojos del receptor.
- b. **Percepción selectiva:** Los receptores también proyectan sus intereses y esperanzas en las comunicaciones cuando las decodifican. El entrevistador que espera que una candidata ponga a su familia antes que su carrera es probable que vea esa actitud en todas las solicitantes sin que importe si ellas de verdad opinan así.
- c. **Sobrecarga de información:** Los individuos tienen una capacidad finita para procesar información. Como vimos en nuestra exposición del correo electrónico cuando la información con la que tenemos que trabajar excede nuestras facultades se produce una sobrecarga de información con mensajes electrónicos telefonemas faxes juntas y la necesidad de estar actualizados en nuestro campo cada vez más administradores y profesionistas se quejan de que sufren esta sobrecarga.

Que ocurre cuando los individuos tienen más información de la que pueden el clasificar y aprovechar la descartan, ignoran pasan u olvidan o aplazan el procesamiento hasta que la sobrecarga cede, en cualquier caso se pierde información la comunicación es menos eficaz.

- d. **Emociones:** El estado de ánimo que se tenga en el momento de recibir un mensaje influirá en forma de interpretarlo, el mismo mensaje recibido cuando uno está enojado o perturbado se interpreta de otra manera que cuando uno está contento las emociones extremas como el júbilo y la depresión entorpecen la comunicación efectiva los casos somos más

proclives a descuidar nuestros procesos de pensamiento nacionales objetivos a cambio de los juicios emocionales.

- e. **Lenguaje:** Las palabras tienen significados distintos para diversas personas la edad educación y antecedentes son tres de las variables más obvias que intimen en el lenguaje que usa una persona y en las definiciones que les da a las palabras.

El punto es que aunque usted y yo hablemos el mismo idioma, estamos lejos de usarlo de manera uniforme. Si supiéramos cómo modifica cada uno el lenguaje, las dificultades de comunicación serian mínimas el problema es que los miembros de una organización no saben qué cambios lingüísticos han hecho aquellos con los que se comunican. Los emisores tienden a suponer que las palabras y términos que utilizan significan lo mismo para el receptor que para ellos, pero esta premisa suele ser incorrecta.

- f. **Ansiedad por la comunicación:** Otra barrera importante para la comunicación efectiva es que algunas personas de la población sufren de ansiedad, miedo a la comunicación. Aunque muchas personas se sienten aterradas de tener que hablar frente a un grupo, el miedo a la comunicación es un problema mucho más grave porque afecta a toda una categoría de técnicas de comunicación.

La comunicación interna

La mejora de los procesos de comunicación interna exige la elaboración de un plan estratégico de comunicación insertado en la cultura de la organización que permita a través de los medios y soportes adecuados cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos y grupos que componen la organización. Esta estrategia de comunicación pasa necesariamente por varias etapas:

- **El primer paso**, la condición inexcusable, es conseguir un firme compromiso de la alta dirección. Sin el apoyo o con un apoyo insuficiente

desde la cúpula directiva es imposible la introducción de cualquier tipo de cambio en la organización.

- **Realización de un diagnóstico** de la situación de comunicación en la organización. Los planes de comunicación deben basarse en una auditoría de comunicación y no en la intuición o en los gustos del equipo directivo.
- **Diseño del Plan: definición** de objetivos, selección de medios, planificación de acciones, temporalización, establecimiento de mecanismos y procedimientos para el seguimiento durante y al final de la implementación. Para una elección adecuada de los medios conviene tener en cuenta la finalidad que se trata de conseguir con el mensaje comunicado (motivar o integrar, transmitir cuestiones relativas al trabajo, informar, etc.) y el tipo de información que se desea comunicar (hechos objetivos, sentimientos, temas controvertidos o delicados).
- **Estrategia de comunicación**, sensibilización y negociación (Serieyx, 1994). Es necesario sensibilizar, mentalizar y formar en comunicación a los empleados de todos los niveles para que tomen conciencia de su importancia. Hemos podido observar que muchos de los problemas de comunicación interna son de carácter actitudinal, es decir, de predisposición para interrelacionarse. La difusión del proyecto a toda la organización, buscando y alcanzando el cambio actitudinal y el compromiso de los distintos actores implicados es una condición imprescindible para el éxito del mismo.
- **Implantación y seguimiento.** La implantación debe ir acompañada de un sistema de seguimiento y retroalimentación constante (mediante cuestionarios de clima laboral y entrevistas con los responsables) para identificar las desviaciones a los objetivos y sus causas y poder diseñar acciones correctoras.

Niveles de comunicación

Existen tres niveles en las comunicaciones, muchos autores tienen su propio argumento para referirse a los niveles de comunicación, pero por lo importante de

esta investigación, debe la autora referirse a un análisis exhaustivo de la apreciación de cada uno de ellos y se ha concluido que estos niveles son:

- **Nivel uno:** Es el nivel directo y eficaz que se produce, en situaciones que las personas, se encuentran cara a cara en la comunicación de doble vía. Aquí, los símbolos son verbales y no verbales, son claros para ambas partes y existe la alternativa de la retroinformación instantánea.
- **Nivel dos:** La comunicación es en doble sentido, pero no es cara a cara. Usamos correos electrónicos, mensajes de texto electrónicos, cartas, memorandos, etc., Aunque es posible la retroinformación las señales no verbales no son eficientes, el mal uso de los signos de admiración por nuestra costumbre latina, lo hace ineficiente.
- **Nivel tres:** Resulta el nivel menos eficaz de comunicación. Es en un solo sentido, y en empresas se desarrolla por escrito, no existe retroinformación ni las señales verbales. Esto lo vemos en comunicados, pancartas y Vallas.

Importancia de la comunicación interna en la radio

Es importante recalcar que el uso de la radio como medio de comunicación masiva ya sea de difusión, social o tecnificada siempre estará determinado por los criterios de cada uno de los responsables de su funcionamiento, la adecuación de su contenido del tipo de auditorio, del destinatario. Juega una función indispensable para desarrollar las características de su funcionamiento.

La importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que posee, una calidad íntima de tú a tú, que la mayoría de los otros medios no tienen. Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios. (Romo, 1987).

Como una necesidad propia del hombre para comunicarse, nace la radio tomando como antecedentes las aportaciones hechas por investigadores desde épocas

pasadas. Este medio permite comunicarse a distancia sin ningún medio físico más que las ondas electromagnéticas. Nace como un medio de radiodifusión para comunicar a dos personas en circunstancias especiales, por lo que esta forma de comunicación se considera como un invento buscado no fortuito.

Melvin de Fleur autor del libro “Teorías de la comunicación de masas ed. Paidós 1989” considera tres razones por las que fue posible el nacimiento de la radiodifusión.

- a) Necesidad de encontrar un medio de comunicación en la ciudad.
- b) Descubrimientos científicos que podían hacer posible la utilización de la radio.
- c) Los únicos medios utilizados hasta ese momento eran el telégrafo y teléfono.

Según el autor antes mencionado se requería de un medio que tuviera las características tanto del telégrafo como del teléfono pero que no requiriera de conexiones para llevar a cabo el envío de mensajes. (Romo, 1987)

Para hacer posible el uso de la radio como medio de comunicación se partió de las aportaciones realizadas por los investigadores que trabajaban con los fenómenos eléctricos. Es por ello que se considera importante presentar los hechos más trascendentes acerca del estudio de este fenómeno.

El estudio de la comunicación no es privativo de una ciencia en particular, sino de varias ciencias, entre ellas la lingüística, que aporta conocimientos imprescindibles que hay que tener en cuenta para hacer un uso adecuado de la lengua y así lograr el desarrollo del proceso comunicativo. Susana Cisneros ha referido que esta competencia se materializa a partir de su concepción como elemento importante en el uso del lenguaje, ya sea para la expresión de significados, emociones o influencias, esta no sólo es la capacidad para producir y extender oraciones gramaticales sino para hacerlo de forma adecuada en dependencia del contexto lingüístico como situacional.

Dell Hymes (1971) en tanto demostró, a través de estudios relacionados con el enfoque comunicativo, que la adquisición de una primera lengua no debe estar

regida sólo por reglas gramaticales, sino también por reglas de uso. A esta aseveración la llamó competencia comunicativa. Al expresar su teoría sobre la comunicación y el enfoque comunicativo, plantea que una persona comunicativamente competente adquiere tanto conocimiento como habilidad para usar el idioma: expone los componentes que se deben tener en cuenta para la competencia comunicativa:

- Un componente lingüístico que se refiere al conocimiento de aplicación de los modelos fónicos, léxicos, gramaticales y textuales del sistema de la lengua.
- Un componente estratégico o referencial que alude al conocimiento de los campos de la experiencia y de los objetos del mundo, así como de sus relaciones, lo que posibilita la aplicación de determinadas estrategias para que un hablante inicie, mantenga, repare, redirija y termine la comunicación.
- Un componente socio cultural que se refiere al conocimiento y aplicación de las reglas sociales y de las normas de interacción entre los individuos y las instituciones, al conocimiento de la historia cultural y de las reglas de relaciones entre los sujetos sociales.
- Un componente discursivo que se refiere al conocimiento y aplicación de los distintos tipos de discursos y de la organización en función de la situación comunicativa en que son producidas e interpretadas.

Por otro lado Canale y Swen (1980), plantean como dimensiones comunicativas: la gramatical, sociolingüística, la del discurso y la estratégica. La competencia gramatical es el dominio de la capacidad sintáctica y léxica, competencia estructural, corrección gramatical. La sociolingüística, está determinada por el contexto social en que se desarrolla la comunicación, que incluye las relaciones entre los participantes, la información que se intercambia y el propósito de la interacción comunicativa, la propiedad en el idioma. La del discurso; alude a la interpretación de los elementos según su interdependencia y su relación con la

totalidad del discurso o texto, enlace de elementos para expresar ideas y la estratégica se entiende por las estrategias empleadas por los participantes en una comunicación para iniciar, terminar, mantener, reorientar la comunicación.

Desde el punto de vista propiamente lingüístico hay que atender la correcta pronunciación, la estructuración sintáctica de los enunciados, la selección léxica, o sea, la palabra apropiada para cada contexto, en este sentido constituyen elementos fundamentales: la dicción, la coherencia, la fluidez, el uso del vocabulario y la comprensión pues son los que con mayor incidencia se manifiestan en el uso ejemplar de la lengua en el proceso de las clases del entrenamiento deportivo, así lo corrobora el resultado del diagnóstico realizado y son elementos que están presentes en la transmisión de la información en el proceso de enseñanza-aprendizaje, partiendo de que todo hablante realiza sus emisiones o enunciados en contextos de comunicación e interacción social a través de los actos de habla, produciéndose de manera simultánea.

- Un acto en que el hablante articula y relaciona sonidos, emite palabras y combina las nociones representadas por esas palabras según las reglas sintácticas que conoce, lo que indica la realización de una emisión lingüística.
- Un acto en que el hablante hace una selección del repertorio que el sistema de la lengua que conoce le ofrece por lo que aprovecha las posibilidades que más se adecuen a su situación, produce un enunciado pero si no atiende las exigencias de la lengua no asegura que el efecto que persigue se logre en el interlocutor.
- Un acto que consiste en que el efecto que el acto elocutorio del hablante tiene sobre el receptor sin negar que puede producirse un efecto contrario al que el hablante quiere lograr.

El acto de habla queda completado cuando el receptor entiende qué es lo que el hablante quiso decir, puede suceder que este no se cumpla por que exista una

distancia muy grande entre lo que la emisión significa, lo que el hablante quiere significar y lo que el receptor entiende.

Estas limitaciones pueden estar dadas cuando no se logra una adecuada dicción, coherencia, fluidez y el uso adecuado del vocabulario en el contexto comunicativo, aspectos que son imprescindibles para lograr el desarrollo de las acciones lógicas del pensamiento de los hablantes que incide en la claridad de lo que se expone y por tanto en su comprensión. Significar que en este sentido hay que tener en cuenta y muy en especial en el caso de la dicción los problemas regionales y normas de la lengua.

El código de los elementos paralingüísticos o no verbales es denominado por la Semiótica como código cinésico cuando se refiere a la gestualidad: mímica del rostro y movimiento del cuerpo. Los norteamericanos han desarrollado esta disciplina semántica en el movimiento deportivo, de los sordomudos, teatro, danza y ballet.

La gestualidad corporal es un código que es necesario conocer para que pueda funcionar en la comunicación, cobrando en la práctica deportiva gran importancia, dado que el proceso de enseñanza aprendizaje de las acciones motrices, transcurre básicamente por la utilización del método demostración.

Características generales de la comunicación no verbal:

- Complementa la comunicación verbal. Sin ella el acto comunicativo estaría incompleto, porque el acto verbal siempre va acompañado de signos no verbales.
- A menudo la comunicación no verbal tiene más significado que la verbal.
- La comunicación no verbal es inevitable en cualquier situación comunicativa.
- Los canales no verbales siempre están abiertos, por tanto siempre hay información.

- Predomina la expresión emotiva porque a través de esos códigos recibimos información de si está contenta, triste, cansada, entre otras.
- A cultura diferente corresponden sistemas no verbales diferentes. Los códigos varían de una comunidad a otra.

Aunque el lenguaje articulado es universal y es el que refleja de manera más adecuada la idea que se desea hacer llegar en diferentes situaciones de comunicación, este no transcurre de manera aislada, sino que se combinan los procedimientos verbales y no verbales (paralingüísticos), específicamente en la esfera del deporte. Por ejemplo durante la lucha competitiva en que la comunicación verbal es limitada, se hace necesario que el entrenador sepa reglamentar la comunicación, saber explicar, persuadir, relatar, sugerir, compilando el repertorio total de los contenidos de la conversación que influyen en el cambio motivacional de los deportistas, así como la utilización adecuada de procedimientos: gestos, mímicas, movimientos de imitación, pues de la habilidad de comunicación del entrenador depende en gran medida la disposición, el clima psicológico y las relaciones interpersonales en el grupo deportivo.

En la actividad deportiva se emplean con suficiente amplitud los gestos especiales, sobre cuya función señalizadora se han puesto de acuerdo entrenadores y atletas. Un gesto claramente ejecutado encierra en sí una información completamente terminada, a nivel internacional existen gestos establecidos por los jueces que señalan acontecimientos concretos; por ejemplo, se plantea la existencia de cerca de 20 de estos gestos en el Baloncesto y el Voleibol y sólo 6 en Fútbol, mientras que en Balonmano alrededor de 50. Lo anteriormente planteado fundamenta la necesidad del aprendizaje por parte de entrenadores y atletas de la gran diversidad de procedimientos de comunicación y la singularidad de su utilización.

Durante mucho tiempo se utilizó en lingüística el término contexto; este comprendía todo lo que rodeaba al acto de la comunicación, contemplando incluso características de los hablantes tanto desde el punto de vista social como geográfico. En el transcurso del siglo XX con el desarrollo de la Sociolingüística, y la Lingüística Textual fundamentalmente, fue tomando espacio y preferencia el término situación. En muchos casos ambos términos se hicieron sinónimos.

Tomando en consideración las tendencias más actuales utilizamos el último, es decir, el término situación.

Entre los autores que han definido su contenido se encuentran Avrorin (17, 116) “Complejo que comprende al emisor y al receptor del discurso en todo sus rasgos sociodemográficos y con las características de sus relaciones recíprocas, el ambiente en el cual se realiza el acto del discurso, el tema de la comunicación y finalmente como función de todo la anterior, la pertinencia lingüística de la realización discursiva”.

En el análisis de la situación comprende diferentes aspectos:

- Relaciones materiales que se describen (la sustancia, sus rasgos, sus propiedades, las asociaciones que se establecen entre estos, etc.).
- Grado de información que tiene los interlocutores.
- Actitud del hablante respecto a la información y de su contenido.
- Ambiente de la comunicación. Incluyen como aspectos sociolingüísticos las características sociales de los participantes en la comunicación y su relación.

Durante el proceso del entrenamiento deportivo reviste gran importancia que el entrenador tenga en cuenta la procedencia social de sus atletas , atienda de manera adecuada las normas de la lengua, así como no descuidar las situaciones comunicativas en que transcurre el proceso , si bien se impone hacer las correcciones pertinentes , no se debe señalar como vicios del lenguaje, aspectos que están contemplados en las normas de la lengua, sí es importante que atienda la valoración subjetiva que hacen los hablantes (atletas) de los diferentes códigos y en que situaciones comunicativas son empleados.

Componente psicológico

Se consideran como elementos psicológicos que intervienen en la comunicación el cómo todo sujeto asimile los rasgos contenidos en los aspectos funcionales de la comunicación, su puesta en práctica incidirá en que se logre una adecuada disposición, motivación que se manifestará en la conducta que asuma para comunicarse en el contexto comunicativo y poder enfrentar la situación docente, asumiendo una posición valorativa dentro de proceso, asimismo, el mostrarse o no receptivo ante los señalamientos y asumiendo una actitud consecuente frente al uso adecuado de su lengua en cada una de las situaciones de aprendizaje a que se enfrente. En este componente es necesario tener en

cuenta la creación de un clima psicológico adecuado que propicie el establecimiento de relaciones interpersonales entre cada uno de los sujetos.

El entrenador deportivo debe saber hacia dónde dirigir su acción educativa desde el primer encuentro con sus estudiantes-atletas y asumir una conducta que permita un acercamiento y no un rechazo hacia su figura ni entre cada uno de los miembros del equipo deportivo, para esto es innegable el valor de las palabras, el modo de enfrentar el proceso, el tratamiento que se dé al atleta que debe estar encaminado hacia el desarrollo de adecuadas relaciones interpersonales, que prime un clima acogedor y agradable donde se debatan diferentes puntos de vista, criterios, se hagan valoraciones, siempre respetando cada idea y ser capaz de asumir y enseñar a los atletas a que asuman una actitud receptiva, estar siempre prestos a recibir ayuda que contribuya a conocerse mejor entre sí y por tanto, al logro de la comunicación educativa de manera eficiente.

El trabajo de los entrenadores es por excelencia un proceso de comunicación, el cual debe estar encaminado a lograr la activa participación de los atletas en cada actividad educativa que se plantee, en aras de obtener un aprendizaje productivo para lo que es necesario estar dotado no sólo de conocimientos sino, además tener un dominio de procedimientos, de técnicas que hagan que el proceso de enseñanza-aprendizaje del entrenamiento deportivo transcurra a través del diálogo y que sean capaces de determinar los efectos psicológicos que ocasionan en cada uno de los estudiantes- atletas el mensaje que se trata de llevar a ellos, que debe estar dotado de una terminología adecuada en cada caso para provocar el efecto educativo requerido.

Para que un entrenador obtenga resultados positivos en la labor formativa de sus estudiantes-atletas es imprescindible que sepa cómo el establecimiento de una adecuada comunicación entrenador- atleta contribuye a la asimilación consciente por parte del estudiante, así como de las influencias educativas que se expresan en la formación de convicciones, lo que indica que es necesario atender las particularidades psicológicas de los atletas, conocer sus dificultades para poder dar la atención que cada caso requiere en correspondencia con los objetivos trazados en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Componente socio-culturales

Los elementos socio-culturales están relacionados con las diferentes normas culturales que rigen en la sociedad y cómo estas son asimiladas por sus miembros en correspondencia con la etapa del desarrollo social, cada época está caracterizada por diferentes manifestaciones de la cultura que se van transmitiendo de generación en generación. Para que el proceso de la comunicación educativa alcance niveles óptimos de realización, es necesario crear un clima psicológico adecuado, desarrollar la empatía entre los participantes y que exista un respeto a la personalidad de los que interactúan. En el proceso comunicativo que desarrollan los entrenadores y atletas se impone que el entrenador como guía y orientador atienda las características personales de sus atletas, su procedencia regional y social, sus modos y estilos de vida, así como estimular las situaciones positivas que permitan el florecimiento de las relaciones interpersonales y establecer vías para atender las dificultades que en este sentido puedan presentar sus estudiantes- atletas a partir del diagnóstico realizado.

- **Componente didáctico**

El proceso pedagógico en la enseñanza deportiva es por excelencia un constante intercambio de ideas, opiniones, el mismo se caracteriza por la constante interacción y comunicación entre cada uno de los participantes, todas las acciones y operaciones que se desarrollan para dar solución a las diferentes tareas requieren de la orientación y para esto es necesario establecer el intercambio de información tanto verbal como no verbal.

Este intercambio de información no se produce de manera fortuita sino a partir de un determinado orden, de una determinada sistematicidad, con la utilización de métodos propios del proceso de enseñanza-aprendizaje, para así lograr la construcción de los conocimientos deseados en cada estudiante- atleta , para esto es imprescindible el desarrollo de variadas acciones comunicativas que hallarán su más genuina expresión en la comunicación que se establece entre los participantes, que se expresarán en cada una de las etapas o momentos por los que transcurre el proceso .

Como ha planteado Homero Fuentes el proceso de enseñanza–aprendizaje expresa, el orden o secuencia de etapas que aseguren los resultados más efectivos, tanto en el sentido de la asimilación de los contenidos como en el desarrollo de las capacidades cognoscitivas de los estudiantes en cada caso concreto, aspectos que también se manifiestan en el entrenamiento deportivo como proceso pedagógico, lo que fundamenta la necesidad de valorar la presencia de los eslabones del proceso en las diferentes actividades que se desarrollan en el contexto docente educativo que lleva a cabo el entrenador deportivo. En este estudio se tuvo en cuenta los eslabones planteados por estudiosos del Centro “Manuel F. Gran” de la Universidad de Oriente.

El modelo teórico descrito contiene con un enfoque integrador y dialéctico elementos lingüísticos, paralingüísticos, sociolingüísticos, psicológicos, socioculturales y didácticos de la comunicación educativa, en el mismo se establecen nuevos nexos y vínculos que expresan la dinámica de la comunicación educativa, constituye un recurso de gran utilidad para elevar la calidad del desempeño del entrenador deportivo

2.2.1 Fundamentación legal

Ley de Comunicación (Asamblea Nacional, 2013)

Reglamento a la Ley de Comunicación (Asamblea Nacional, 2014):

Este proyecto de programa deportivo radial es una alternativa, un camino para dar respuesta a unos de los problemas sustantivos de la ciudad y deportistas: Hoy en día el deporte se ha convertido en unos de las actividades preferidas de las personas A través de este proyecto, que intenta informar desde la realidad que nos circunda, animando a los oyentes al compromiso y participación y ofrecer un espacio deportivo alternativo, brindando un nuevo esquema, un protagonismo diferente a quienes reciben desde otros ámbitos mensajes de resultados de las diversas competiciones deportivas. El equipo de directores y productores apuesta en forma permanente a iniciativas individuales y colectivas de innovación en el marco de una perspectiva constructivista, desarrollando la autoestima y

respetando la diversidad a fin de fortalecer los conocimientos en el campo deportivo.

2.2.1.1 Constitución de la República del Ecuador

(R.O. No.449, 20-X-2008)

Título II

- Derechos

Capítulo Segundo

- Derechos del Buen Vivir

Sección Tercera

- Comunicación e Información:

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1.- Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada,

plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2.- Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Título VII

- Régimen del Buen Vivir

Capítulo Primero

- Inclusión y Equidad

Sección Séptima

- Comunicación Social:

Art. 348.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La Ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

2.2.1.2 Ley de Radiodifusión y Televisión del Ecuador

(R.O. No.785, 18-IV-1975 Y REFORMATORIA R.O. No. 691, 09-V-1995)

Título IV

- De la Programación

Capítulo II

- De la calidad de los programas

Art. 47.- El Estado, a través del Gobierno o de las entidades descentralizadas de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública, exigirá que una o más estaciones transmitan, a costa de ellas, la realización de cualquier programa de interés social o público, con sujeción a las correspondientes normas reglamentarias.

Capítulo III

- De la producción y su propiedad

Art. 54.- Art. 54.- Todo evento, espectáculo, concentración o manifestación de asistencia libre o pagada, que sea organizada por una entidad pública o privada con finalidad social o pública, puede ser transmitido y retransmitido sin costo alguno por cualquier estación.

Capítulo V

- De las obligaciones sociales

Art. 59.- Toda estación está obligada a prestar los siguientes servicios sociales gratuitos:

a. Transmisión en cadena de los mensajes e informes del Presidente de la República y los Miembros de Gabinete, cuando fueren notificadas por la Secretaría Nacional de Información Pública.

b. Transmisión en cadena de informativos, partes o mensajes de emergencia del Presidente de la República, Consejo de Seguridad Nacional, Miembros de Gabinete, Gobernadores de Provincia, Comandantes de Zonas Militares y Autoridades de salud.

c. Transmisión individual de la estación de los mensajes, informes o partes de los mismos funcionarios y en los casos designados en los numerales anteriores, cuando sea el único medio de comunicación disponible.

d. Destinación de hasta una hora diaria, de lunes a sábado, no acumulables, para programas oficiales de tele - educación y salubridad, elaborados por el Ministerio de Educación y Salud Pública.

e. Convocatoria a los ciudadanos para el cumplimiento del Servicio Militar Obligatorio o cualquier otro asunto relacionado con las obligaciones cívicas.

REFORMA:

Art. 29.- El literal a) del artículo 59, dirá:

«Transmisión en cadena de los mensajes o informes del Presidente de la República, del Presidente del Congreso Nacional, del Presidente de la Corte Suprema de Justicia, del Presidente del Tribunal supremo Electoral y de los Ministros de

Estado o funcionarios gubernamentales que tengan este rango. En el Reglamento General de esta ley se regulará el uso de estos espacios, su tiempo de duración, la frecuencia de cada uno de ellos y su transmisión en horarios compatibles con la programación regular de las estaciones de radiodifusión y televisión, salvo el caso de emergencia constitucionalmente declarada.

Estos espacios serán usados exclusivamente para la información de las actividades de las respectivas funciones, ministerios u organismos públicos. Los funcionarios que transgredan esta disposición serán sancionados de acuerdo a la Ley».

(L s/n. Registro Oficial No. 691 / 9 de mayo de 1995)

Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión del Ecuador

(DECRETO No. 3398)

Capítulo XIII

- De la programación

Art. 50.- Con el objeto de fomentar el civismo, la solidaridad, las obligaciones de los ciudadanos frente a su país y al mundo, los concesionarios están obligados a transmitir en cadena dispuesta por la Senacom, programas alusivos a la celebración de una fiesta cívica, aniversarios de gestas heroicas, hechos históricos, natalicios y fallecimientos de hombres eminentes que hayan servido al país. Estos programas serán proporcionados por las diferentes instituciones del sector público.

Nota:

La Secretaría de Comunicación sustituyó en funciones a la Secretaría Nacional de Comunicación. Mediante D.E. 1795 (R.O. 628, 7-VII-2009), se derogó el Art. 2 del D.E. 848 (R.O. 253, 16-I-2008); el cual establecía que todas las

atribuciones otorgadas a la Secretaría de Comunicación pasan a formar parte de la Secretaría General de la Administración Pública y Comunicación. En consecuencia, se restableció la Secretaría de Comunicación, por lo que el personal y todos los derechos y obligaciones de la Subsecretaría de Comunicación e Información pasan a ser parte de la Secretaría de Comunicación. Mediante el Art. 4 del D.E. 109 (R.O. 58-S, 30-X-2009) se sustituyó la denominación de la «Secretaría de Comunicación» por la de «Secretaría Nacional de Comunicación».

Ley Orgánica de Comunicación
(R.O. No.22, 25-VI-2013)

Título I

- Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Título II

- Principios y derechos

Capítulo I

- Principios

Art. 12.- Principio de democratización de la comunicación e información.- Las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en materia de derechos a la comunicación propenderán permanente y progresivamente a crear las condiciones materiales, jurídicas y políticas para alcanzar y profundizar la democratización de la propiedad y acceso

a los medios de comunicación, a crear medios de comunicación, a generar espacios de participación, al acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción, las tecnologías y flujos de información.

Título V

- Medios de comunicación social

Art. 71.- Responsabilidades comunes.- La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas.

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

3. Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas;

Art. 74.- Obligaciones de los medios audiovisuales.- Los medios de comunicación audiovisuales de señal abierta tendrán la obligación de prestar gratuitamente los siguientes servicios sociales de información de interés general:

1. Transmitir en cadena nacional o local, en todos o en varios medios de comunicación social, los mensajes de interés general que disponga el Presidente de la República y/o la entidad de la Función Ejecutiva que reciba esta competencia. Los titulares de las demás funciones del Estado coordinarán con esta entidad de la Función Ejecutiva para hacer uso de este espacio destinado a realizar las cadenas establecidas en este numeral.

Estos espacios se utilizarán de forma coordinada única y exclusivamente para informar de las materias de su competencia cuando sea necesario para el interés público. Los servidores públicos señalados en el párrafo anterior serán responsables por el uso inadecuado de esta potestad;

2. Transmitir en cadena nacional o local, para los casos de estado de excepción previstos en la Constitución de la República, los mensajes que dispongan la o el Presidente de la República o las autoridades designadas para tal fin; y,

3. Destinar una hora diaria, no acumulable para programas oficiales de tele-educación, cultura, salubridad y derechos elaborados por los Ministerios o Secretarías con competencia en estas materias.

Art. 75.- Obligaciones de los sistemas de audio y video por suscripción.- Los sistemas de audio y video por suscripción suspenderán su programación para enlazarse gratuitamente en cadena nacional o local, para transmitir los mensajes que dispongan la o el Presidente de la República o las autoridades designadas para tal fin, en los casos de estado de excepción previstos en la Constitución.

2.2.2 Fundamentación psicológica

Uno de los enfoques que más predicamento tiene en la actualidad corresponde a la perspectiva del procesamiento de la información, en el cual la mente se entiende como un sistema activo que procesa la información medioambiental. De esta manera, los estímulos sensoriales que recibimos del exterior toman especial interés en la génesis y control del comportamiento humano (González Labra, 1998). Los rasgos más característicos de este enfoque teórico son los siguientes (Belinchón et al. 1992):

La importancia que el lenguaje tiene dentro del desarrollo cultural humano es considerada de gran trascendencia para la comprensión de su conducta. Sin embargo, existe cierta dificultad a la hora de conocer la importancia real de éste, ya que aunque es fácil comprender su aspecto comunicativo, es más complejo

interpretar los efectos que puede producir su interacción con el pensamiento, propiciando el desarrollo de los elementos cognitivos que van a dar lugar a la conducta de nuestra especie. Así, parece evidente la necesidad de desarrollar un modelo funcional del lenguaje en el que, al analizar los datos anatómicos, fisiológicos, psicológicos y sociales, podamos comprender su funcionamiento, con el fin de llegar a un mejor conocimiento de su desarrollo y uso del mismo a lo largo de toda la evolución física y cultural humana.

Algunos de los problemas que se plantean en el momento de comprender el origen y desarrollo del lenguaje, pueden deberse a los diferentes enfoques con los que se define tal proceso, por lo que es necesario comenzar con una definición del mismo.

En general, el lenguaje humano puede definirse como la transmisión voluntaria de un pensamiento, idea o sentimiento por medio de un sistema de representación, con mayor o menor carga simbólica, que puede conformar un código léxico-gramatical, con la intención de que sea recibido y comprendido por aquellos a los que se dirige tal mensaje (Rivera, 1998, 2009). Esta definición implica diversos conceptos básicos:

Voluntariedad e intencionalidad en la acción, con conciencia de realizar el acto.

- Necesidad de tener previamente algo que comunicar, como pensamientos, deseos, abstracciones, etc.
- Existencia de un ambiente social básico, que permita su necesidad, origen y desarrollo.
- La creación de un sistema de representación de los hechos que comunicar, es decir, que todo pensamiento, idea o sentimiento se corresponda con un sistema de representación, formando un sistema de señales (principalmente acústico y gesticular o visual), que a su vez se autorregula por una serie de elementos abstractos que ordenan su conexión y ordenación expositiva (código léxico-gramatical).
- El receptor debe recibir y comprender tales señales por lo que debe de presentar un sistema sensorial adecuado a las mismas.

Estos conceptos nos hacen comprender que el lenguaje es un proceso psicobiológico de gran complejidad, con un carácter multifactorial, que complica

en gran forma la comprensión del mismo. Cuando nos referimos al ser humano, aunque pueda haber utilizado como sistema de señales diversos medios, parece que el más usado y generalizado corresponde a la transmisión sonora, la cual presenta grandes ventajas sobre los sistemas gesticulares o visuales. Puede establecerse una correspondencia entre la evolución del sistema nervioso central, auditivo y fonador del ser humano con la posibilidad de creación del lenguaje.

Durante la evolución de los sistemas anatómicos relacionados con el lenguaje, se han ido desarrollando e interaccionando entre si las diversas funciones que el sistema de comunicación humano es capaz de producir. Son las siguientes:

La comunicación o transmisión de un pensamiento determinado a través del sistema simbólico elegido. En el caso de ser la voz, no es necesario utilizar la mirada ni las manos, quedando libres para realizar otra actividad. Corresponde al proceso más conocido y difundido del lenguaje, como es el propio habla. Con él, se produce la transmisión y aprendizaje de conceptos nuevos que pasan a formar parte del pensamiento del oyente, enriqueciendo y facilitando la creación y transmisión de nuevas ideas. Tenemos tres funciones relacionadas con el proceso interactivo del lenguaje con los demás (Belinchón et al. 1992):

- Compartir la experiencia personal.
- Transmitir la experiencia acumulada por la especie.
- Regular la acción conjunta de forma delicada y cooperativa.
- Desarrollo cognitivo por medio de la interacción del lenguaje con el pensamiento.

Este sería una consecuencia de la función comunicativa y la parte del proceso lingüístico menos conocida, pero no por ello menos importante, pues en definitiva es la que va a cambiar la propia configuración de nuestro pensamiento y de nuestras propias acciones. En conjunto, ambas funciones van a facilitar una serie de cualidades mentales propias de nuestra especie, permitiendo realizar diversas procesos cognitivos. (Berlo, 1986)

- Categorizar la realidad en planos inaccesibles a la especie sin el uso de códigos apropiados, pues permite realizar la comunicación consigo mismo,

definiendo así un plano reflexivo y metacognitivo de conciencia. Igualmente permite describir lo real y facilita describir lo posible, hasta límites que no serían factibles con otros métodos de representación.

- Realizar inferencias deductivas, inaccesibles a otras especies. Gran reflexividad.

2.2.3 Fundamentación sociológica

En esta tesis se plantea una sociedad que dentro del término de `masa` se encuentra aislado, y hacia ese punto es donde se dirigieron las críticas a esta teoría. Las mismas a cargo de Raymond Bauer demostraron que el público nunca puede ser pasivo, sino que dentro de la sociedad hay una colectividad en la cual los individuos interactúan entre ellos y con otros factores externos. Se defiende una comunicación unidireccional, del emisor hacia el receptor que carece de interacción.

Otra teoría de la comunicación surgida durante la década de los 40 del siglo XX fue la de los efectos limitados, que sirvió como corrección de la teoría hipodérmica. Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton fueron los que impulsaron este estudio y defendían en él la idea de que el efecto de los medios de comunicación en la sociedad era limitado. Abordaron la investigación desde la esfera política, moral y cultural, estudiaron la función política, las campañas políticas, la creación de estereotipos, la opinión pública. Llegaron a la conclusión que existe una influencia recíproca entre los medios y la sociedad, el poder de los medios es limitado según esta idea por los circuitos de comunicación y por las vinculaciones que se establecen en los grupos sociales. En este sentido se aborda a la sociedad como un factor activo que ejerce una presión sobre los medios y los mensajes que estos dan.

Después del surgimiento de la televisión Elisabeth Noelle-Neumann retomó la idea del poder de los medios con su teoría llamada "la espiral del silencio", esta establece la posición del medio en un punto importante de la atención social, estudia la opinión pública como una forma de control social y la tendencia del espiral del silencio es a enmudecer a quienes prestan o tienen posiciones

diferentes a las mayorías. Otro aporte de esta teoría son los relacionados a la agenda setting, desde la cual se plantea que los medios de comunicación de masas, para influir y determinar el grado de atención al público, dan a conocer ciertos temas y ocultan otros. (Dietrich, 1997)

En la década del 70 se formuló la teoría crítica, sus creadores fueron Max Horkheimer, Theodor Adorno y Jürgen Habermas quienes direccionaron su estudio en el análisis de quienes controlaban los mass medias y en la naturaleza comercial del sistema comunicativo. Pero el principal aporte de esta teoría fue el de Habermas, quien considera que la reformulación de la teoría crítica de la sociedad debe operarse desde el lenguaje pues es ahí donde pueden rastrearse los procesos de reconocimiento intersubjetivo que originan un modelo de acción.

Este giro lingüístico significó el análisis de la acción comunicativa como un componente esencial de las formas de construcción de la realidad social. “Teoría de comunicación de masas” (Sornoza, 1995).

2.2.4 Fundamentación comunicacional

Demostrar interés por la persona que comunica el mensaje. Nuestra atención total debe estar reservada para todas personas. Cualquier persona que se acerque a nosotros puede considerar que tiene algo importante que decir, puede tratar de expresarnos alguna idea, algún sentimiento o alguna preocupación; también podría solicitarnos algún consejo o algún tipo de ayuda.

Estar atentos y saber interrogar al emisor del mensaje. Algunas personas realizar esfuerzos para expresar las cosas con claridad pero no siempre se toman estas ideas en el sentido más correcto, y es de esta manera como después de una discusión o conflicto se llega al consenso de poder estar hablando de lo mismo en términos diferentes.

La importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que, posee, una calidad íntima de persona a persona, que la mayoría de los otros medios no

tienen uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios, estas características, a su vez, nos permiten utilizar diversos elementos creativos como voces, música y anunciadores en los comerciales.

LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

La radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales. Establece un contacto más personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. Es un medio selectivo y flexible.

El público del mismo no recibe tan frecuentemente los mensajes como el de los otros medios y además el receptor de la radio suele ser menos culto y más sugestionable en la mayoría de los casos. Como medio de comunicación la radio nos brinda la oportunidad de alcanzar un mercado con un presupuesto mucho más bajo del que se necesita en otros medios, es por eso, que es mayor la audiencia potencial de la radio.

En relación con otros medios de comunicación, la radio genera una situación comunicativa muy particular, en la que emisor y receptor se ven sin ser vistos, en la que se perciben espacios sin ser percibidos, en la que, sobre la nada, se dibujan mares, ríos, montañas, animales, rostros, sonrisas, tristezas,... La radio, como muchas veces se ha dicho, es un medio ciego, pero también es, al mismo tiempo, un mundo a todo color.

Llamamos comunicación al proceso por el cual se transmite una información entre un emisor y un receptor.

Los elementos que intervienen en el proceso de comunicación son los siguientes:

Emisor: Aquél que transmite la información (un individuo, un grupo o una máquina).

Receptor: Aquél, individual o colectivamente, que recibe la información. Puede ser una máquina.

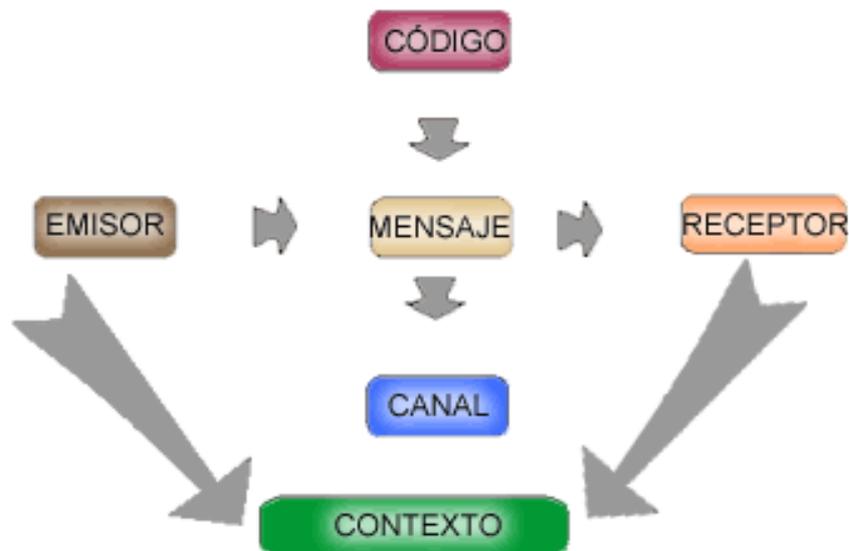
Código: Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.

Canal: Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (impresión, telegrafía, radio, teléfono, televisión, ordenador, etc.) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).

Mensaje: La propia información que el emisor transmite.

Contexto: Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida. (Romo, 1987)

Los elementos de la comunicación se relacionan entre sí:



Así, un emisor envía un mensaje a un receptor, a través de un canal y de los signos de un código, y de acuerdo al contexto en que se sitúa ese acto de comunicación.

Dichos fenómenos suponen una perturbación en el proceso de comunicación. Se denomina ruido a todo obstáculo que dificulte la comunicación, de tal modo que suponga una pérdida de contenido del mensaje. Llamamos redundancia a la aparición en el proceso de comunicación de elementos que no aportan información nueva al mensaje. (Troyano, 1999)

2.2.5 Definiciones Conceptuales

Comunicación: El origen de la palabra comunicación viene de la lengua latina y procede del adjetivo «comunis», la palabra comunicación proviene del latín «comunicativo» y procede del sustantivo «comunico» que su traducción es participar en algo común, tanto el sustantivo «comunicación» como el verbo «comunicar» tiene su origen en la palabra «comunis».

Comunicación definición.- se deriva del latín *comunicare*, cuyo significado es compartir, se refiere a compartir ideas, pensamientos, sentimientos, actitudes, información de datos. No se concibe una sociedad en la que los miembros NO se puedan comunicar de alguna manera.

¿Qué es comunicación? Es un proceso bilateral, un circuito en el cual se intercambian ideas, pensamientos y sentimientos que se interrelacionan entre dos o más personas a través de un conjunto de signos o símbolos convencionales conocidos por ambos. Sin embargo, hay dos términos que indiscriminadamente utilizamos muchas veces como sinónimos, pero que no lo son, porque su significado es muy distinto. Estos términos son: Información y Comunicación.

Tipos de comunicación, según la relación emisor receptor:

- Bidireccional: emisor y receptor colaboran y van cambiando alternativamente sus papeles
- Unidireccional: hay un único emisor y un receptor que no intercambian papeles, la comunicación va siempre del emisor al receptor.

Información: Información Es transmitir ideas en un sólo sentido, es decir, de manera unilateral. El emisor transmite un mensaje y el receptor lo recibe, sin que exista una reacción o respuesta. Comunicación Es un proceso mediante el cual dos personas se ponen en contacto, intercambiando ideas de una manera bilateral.

El emisor transmite el mensaje al receptor y recibe su respuesta, en un intercambio constante de papeles; cada uno adopta el papel de emisor cuando se expresa y el de receptor cuando recibe la respuesta de su interlocutor. Por consiguiente, la comunicación es el puente de significado entre los seres humanos, que les permite comprenderse y compartir lo que son (ideas, sentimientos, valores, hechos y pensamientos, lo que sienten y lo que saben). Al utilizar ese puente existe un acercamiento que permite a la gente superar cualquier cosa que los separe; no se da en el momento que mandamos información, sino cuando ésta ya ha sido recibida, interpretada y comprendida. La comunicación es lo que el receptor entiende, no lo que el emisor dice.

Impacto: Del latín tardío *impactus*, el impacto es el choque o la colisión de dos objetos o seres.

Propaganda: Hasta el latín hay que marcharse para poder encontrar el origen etimológico de la palabra propaganda que ahora nos ocupa. En concreto, podemos determinar que emana del vocablo latino «propaganda» y esta del verbo «propagare», que se encontraba conformado por los siguientes elementos:

- El prefijo «pro-», que puede traducirse como «hacia adelante».
- El sustantivo «pagus», que es equivalente a «bosque o aldea».
- El sufijo «-are», que se usa como terminación verbal

Medio de comunicación: se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Corresponsal: Es la persona que, desde un país extranjero, se encarga de enviar información de actualidad a un medio de comunicación. El corresponsal debe cubrir las noticias que se producen en el territorio donde ha sido asignado y enviar el material al periódico, radio o canal de TV que lo contrató.

Periodista: Es aquella persona que se dedica en forma más o menos profesional al periodismo a través de cualquier medio, ya sea prensa escrita, radio, televisión y/o medios digitales. La labor del periodista está asociada con la investigación de noticias o problemáticas de interés público y actualidad a través de diversas fuentes verificables para su difusión. La figura del periodista es amplia y, de acuerdo con su medio de desempeño, puede ocupar el rol de reportero, editor, redactor, fotógrafo, diseñador, técnico y otros.

2.3 HIPÓTESIS

2.3.1 Hipótesis correlacionales

Si se implementa un programa radial que difunda los deportes no tradicionales entonces se motivará la práctica de los mismos en la población

2.3.2 Hipótesis específicas

Si los directores de programas de las radios Diblú, SuperK800 y Caravana implementaran un contenido variado en el desarrollo de sus producciones podrían tener mejores niveles de rating.

Si los oyentes se informaran sobre la existencia de los deportes no tradicionales podría surgir el interés para su práctica

2.4 VARIABLES

<u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u> CAUSA	<u>VARIABLE DEPENDIENTE</u> EFEECTO
<i>Con la implementación de contenido variado</i>	<i>Las producciones podrían tener mayor rating.</i>
<i>Si los oyentes tuviesen conocimiento de los deportes no tradicionales</i>	<i>Aumentaría el interés en la disciplina por parte de la sociedad.</i>

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del estudio, se procederá a utilizar el diseño de investigación mixto (Cualitativo – Cuantitativo), ya que se aplicarán métodos de recolección de información o datos, por medio de encuestas y entrevistas, asimismo, se determina que el tipo del diseño a utilizarse, será no experimental por el periodo a realizar el estudio, como reflejo de un enfoque al cual se ajusta el determinado proyecto.

3.2 Modalidad de la investigación

El proceso investigativo se efectuará en el campo o territorio en donde se dan naturalmente los acontecimientos o sucesos cotidianos, a partir de hechos investigables, que surgen en determinado ámbito o lugar en donde se pretende extraer la mayor cantidad de información, como este territorio son las radios ya especificadas anteriormente, el proceso se determina como estudio o investigación de campo.

3.3 Tipo de investigación

El tipo de investigación dentro de la línea del mismo quehacer periodístico y como respuesta a la necesidad particular de los causantes de este proyecto, se reduce al tipo inductivo, ya que como se explica en el proceso, surge o nace de lo particular y se dirige a lo general.

3.4 Instrumentos de investigación

La encuesta y la entrevista serán necesarias para determinar los registros que se deben encontrar en la investigación, para tomar las decisiones de implementación como lo denota la variable independiente, las encuestas en lo que se refiere a determinar cómo se está estableciendo la comunicación actualmente y la entrevista para definir con los ejecutivos de más alta jerarquía el conocimiento que estos tengan en cuanto a comunicación interna. Las encuestas y entrevistas serán revisadas por un experto en el área para validar su calidad en la recolección de la información.

3.5 Recolección de la información

Todos los datos se tomarán de las herramientas de la investigación, es decir de las encuestas y entrevistas realizadas, las preguntas irán acorde a las variables investigadas, que permitan medirla y establecer criterios válidos. Todos los datos se tomarán de la investigación realizada, es decir se utilizarán encuestas y entrevistas, las preguntas serán acorde a las variables investigadas, que admitan constituir criterios válidos.

3.5.1 Encuesta:

Aquí se distingue el formato con el que se realizó la encuesta en el campo de investigación, específicamente enmarcado en las calles Gral. José de San Martín (norte) hasta Venezuela (sur) y de la Ría Manuel de Villavicencio (Este) hasta la Av. Quito (oeste), sector que comprende 11 manzanas o bloques.

ENCUESTA

Objetivo: Determinar el interés que prestan los guayaquileños de determinado sector, referente al tema "ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIALES (DIBLÙ, SUPER K800 Y CARAVANA) EN LA DIFUSIÓN DE LOS DEPORTES NO TRADICIONALES EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Edad

1.- ¿Escucha programas radiales?

Mucho Poco Muy Poco

2.- ¿Considera que al crearse un programa radial que trate sobre deportes no tradicionales aumentaría el interés por los mismos?

Mucho Poco Muy Poco

3.- ¿Ha escuchado nombrar deportes que no conoce?

Mucho Poco Muy Poco

4.- ¿Cuál es su reacción al escuchar en la radio sobre un deporte que no conoce?

Cambia de emisora Continúa escuchando Le da igual

5.- ¿Si se creara un programa donde se traten diversos deportes, cual preferiría?

Basket Béisbol Ping pong
Tenis Box Atletismo
Voleibol Natación Artes marciales
Levantamiento de pesas (halterofilia)

Otros _____

Tiro con arco Póker F1 Golf Rugby
F. Americano Sóftbol Golf BMX

6.- ¿En qué horario le gustaría escuchar el programa deportivo?

09:00 – 10:00 12:00 – 13:00
16:00 – 17:00 19:00 – 20:00

3.5.2 Entrevista

Para la realización de las entrevistas, se ha seleccionado a un reducido porcentaje de habitantes del sector, tanto como a dos periodistas reconocidos del ambiente periodístico.

3.6 Procesamiento de los datos y análisis

La herramienta a utilizar para la tabulación de la información y la posterior diagramación de la misma, es Microsoft Excel; la estadística también es parte del proceso ya que en esta investigación es necesaria para encontrar los valores más representativos de la tabulación.

Criterios para la elaboración de la propuesta

El libro de metodología de la investigación Hernández, Fernández & Baptista hablan de la normas de elaboración, presentación y evaluación de los datos recolectados, la autora debe ser precisa en el momento de hacer la encuesta y la entrevista, para establecer la correcta implementación del proyecto factible, certificará que las encuestas y entrevistas cumplan con los parámetros requeridos.

3.7 Criterios para la validación de la propuesta

Para exponer un razonamiento confiable, se manejarán las herramientas de sondeo que será en aval de la idea realizada. El tutor validará la propuesta de la variable de medición.

3.8 Investigación Descriptiva

Una vez terminada la investigación exploratoria, la cual ayudó a tener un panorama más claro acerca de los consumidores de este tipo de servicios y permitió obtener un perfil de los mismos, se procedió a realizar la investigación descriptiva, la cual ayudará a definir gustos y preferencias de los posibles consumidores, así como el nivel de aceptación del complejo.

3.9 Objetivos de la Investigación Descriptiva

La ejecución de la investigación descriptiva permitirá:

- Establecer un perfil demográfico de los posibles clientes.
- Conocer la frecuencia y los lugares de mayor concurrencia para la práctica del fútbol.
- Averiguar acerca del nivel de uso que tienen este tipo de canchas y la participación de mercado de la competencia.
- Determinar el nivel de aceptación que tendrá el nuevo complejo de canchas de césped sintético.
- Estudiar la posible frecuencia de visita y la disponibilidad al pago hacia el servicio que será ofrecido.
- Conocer la mejor ubicación acorde a las opiniones de los potenciales clientes.
- Analizar las principales características que los posibles clientes consideran importantes al momento de elegir un sitio donde asistir a practicar fútbol.
- Conocer opiniones acerca de los servicios adicionales que debería ofrecer el complejo así como el nombre para el mismo.

3.10 POBLACIÓN OBJETIVA

Una vez analizados los resultados obtenidos en la investigación exploratoria y para poder continuar con el desarrollo del estudio descriptivo es necesario determinar la población a ser estudiada, por lo que se ha concluido que será la compuesta por los habitantes del centro de la ciudad de Guayaquil, de sexo masculino, con edades que fluctúan entre los 18 y 65 años de edad de clase social media, media-alta y alta que tengan como actividad deportiva la práctica de fútbol, indistintamente del tipo de superficie en que lo realicen.

3.11 SELECCIÓN DE LA TÉCNICA DE MUESTREO

El siguiente paso después de definir la población objetivo es la elección de la técnica de muestreo, la cual se clasifica en:

- ✓ **No Probabilístico.-** No se utilizan procedimientos de selección por casualidad. En su lugar, se basan en el juicio personal del investigador.
- ✓ **Probabilístico.-** Cada elemento de la población tiene una oportunidad probabilística fija de ser seleccionado para la muestra.

De la técnica de muestreo no probabilística se escogió el muestreo por juicio, este tipo de muestreo permite seleccionar a los elementos que se incluirán en la muestra porque son representativos de la población de interés. La razón por la que se escogió el muestreo por juicio es porque permite llegar con mayor facilidad al segmento al cual está orientada esta investigación.

3.12 SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para la presente investigación se ha tomado en consideración la siguiente fórmula que corresponde a una población finita. La razón por la cual se la utilizó es porque la población no ha podido ser definida debido a la falta de información sobre este tipo de investigaciones.

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

N = Población total o número de habitantes del sector.

n = Valor muestral

E= Margen de error, equivalente al 7%

3.13 Población y muestra

Para la realización y aplicación de la encuestas, se ha seleccionado al sector antes mencionado, que comprende 11 bloques o manzanas comprendidas por 181 familias con 5 integrantes mayores de edad o criterio formado, dejando como resultado una población de 905 habitantes, que serán parte de la recolección de información de fuentes primarias.

Debido a que no existen estudios contundentes sobre este tema en la ciudad de Guayaquil, las fuentes de donde se obtendrá la información van a ser principalmente primarias, esto implica realizar un trabajo de campo mediante la utilización de encuestas, la siguiente fuente de información va a ser secundaria, la cual se obtendrá de Internet y de expertos. La información que se busca obtener de las encuesta es básicamente cuantitativa.

Asimismo y sin obviar información relevante, se realizarán entrevistas a diferentes personalidades vinculadas con el quehacer periodístico, específicamente a dos periodistas y también en menor proporción, pero no menos importante a tres habitantes del sector.

Los periodistas a entrevistar serán:

- **José Vicente Ponce**
- **Andrés Paulson**

3.13.1 FÓRMULA PARA LA OBTENCIÓN DEL VALOR MUESTRAL.

Los valores serán reemplazados de la siguiente manera:

Entonces...

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

$$n = \frac{905}{(905 - 1) (0.07)^2 + 1}$$

$$n = \frac{905}{904 * 0.0049 + 1}$$

$$n = \frac{905}{4.4296 + 1}$$

$$n = \frac{905}{5.4296}$$

$$\mathbf{n = 167}$$

3.14 Aplicación de instrumentos

La encuesta a realizar cubre las expectativas del equipo de investigación, puesto que está enmarcada a lo que se requiere para responder las preguntas iniciales del proyecto, así como también las que se formulan en el trayecto, no obstante se pretende alcanzar sin errores el máximo grado del instrumento, ya que es de mucha utilidad, además que el sector en donde se la aplicará ha sido previamente recorrido y se ha llegado en su momento a entablar un buen diálogo con los habitantes del sector.

ENCUESTA

Objetivo: Determinar el interés que prestan los guayaqueños de determinado sector, referente al tema: "ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIALES (DIBLÓ, SUPER K300 Y CARAWANA) EN LA DIFUSIÓN DE LOS DEPORTES NO TRADICIONALES EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Edad

1.- ¿Escucha programas radiales?

Mucho Poco Muy Poco

2.- ¿Considera que al crearse un programa radial que trate sobre deportes no tradicionales aumentaría el interés por los mismos?

Mucho Poco Muy Poco

3.- ¿Ha escuchado nombrar deportes que no conoce?

Mucho Poco Muy Poco

4.- ¿Cuál es su reacción al escuchar en la radio sobre un deporte que no conoce?

Cambia de emisora Continúa escuchando Le da igual

5.- ¿Si se creara un programa donde se traten diversos deportes, cual preferiría?

Basket **Béisbol** Ping pong
 Tenis Box Atletismo
 Voleibol Natación Artes marciales
 Levantamiento de pesas (halterofilia)

Otros _____

Tiro con arco Póker F1 Golf Rugby
 F. Americano **Sóftbol** Golf BMX

6.- ¿En qué horario le gustaría escuchar el programa deportivo?

09:00 – 10:00 12:00 – 13:00
 16:00 – 17:00 19:00 – 20:00

3.15 PROCESAMIENTO DE DATOS

1.- ¿Escucha programas radiales?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Mucho	103	62%
Poco	44	26%
Muy Poco	20	12%

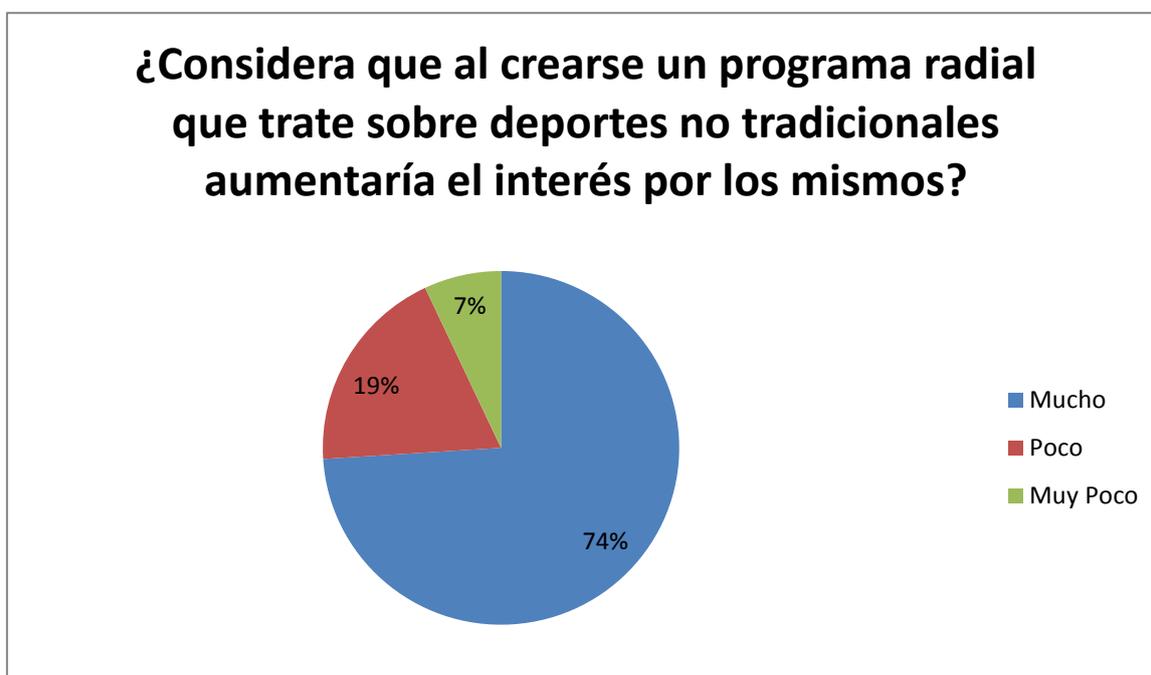


(Elaborado por Andrés Bello y Jonathan Andramuño)

Al ser el 62% de la población, oyente de los programas radiales a los que se hace referencia, se da por consiguiente que el proceso de recopilación de datos está bien orientado, ya que si hubiese sido desfavorable, se habría tenido que descartar al encuestado y/o la encuesta, asimismo un 44% aseguró escuchar muy pocos programas de este tipo, mientras que un 12% exprese que escucha radio eventualmente o a veces no escucha.

2.- ¿Considera que al crearse un programa radial que trate sobre deportes no tradicionales aumentaría el interés por los mismos?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Mucho	124	62%
Poco	32	26%
Muy Poco	11	12%

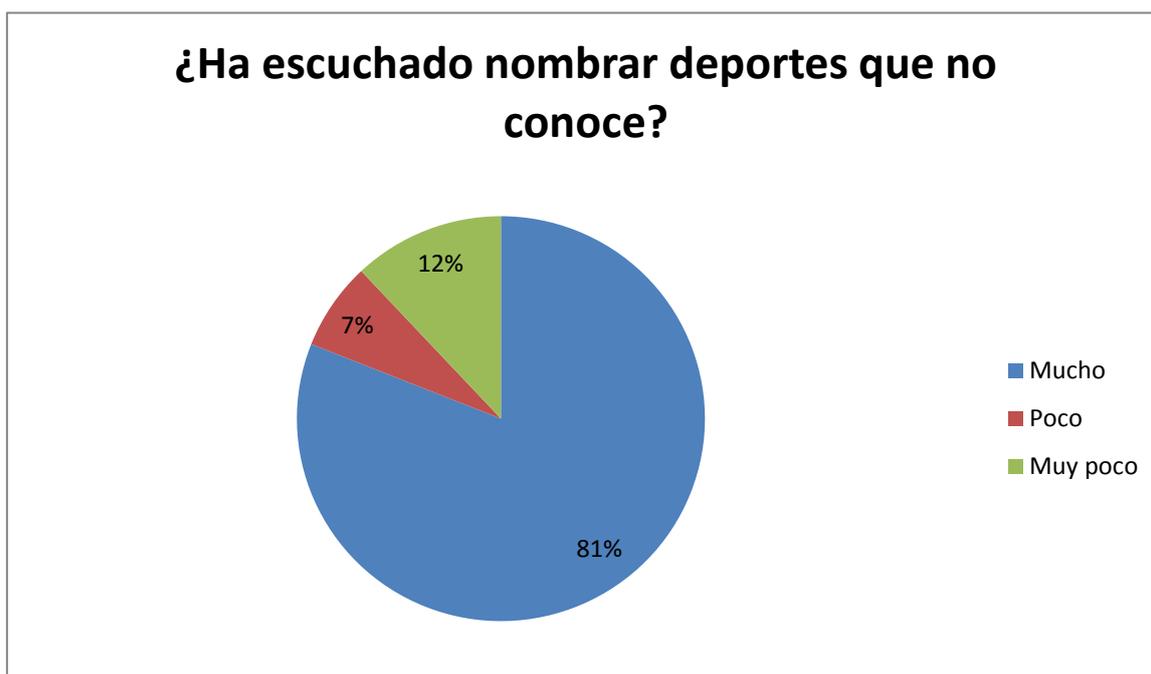


(Elaborado por Andrés Bello y Jonathan Andramuño)

El 74% de la muestra encuestada respondió: que si el target cambiara hasta llegar a la integración de disciplinas no tradicionales en los programas deportivos con cohorte deportivo, aumentaría la sintonía de los mismos y se daría espacio a nuevas aristas del deporte, poco explotadas a nivel periodístico, un 19% responde a la pregunta con un parcial desacuerdo y hasta inseguridad en la respuesta, mientras que un 7% demostró el desinterés, respondiendo de forma negativa.

3.- ¿Ha escuchado nombrar deportes que no conoce?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Mucho	136	81%
Poco	11	7%
Muy Poco	20	12%

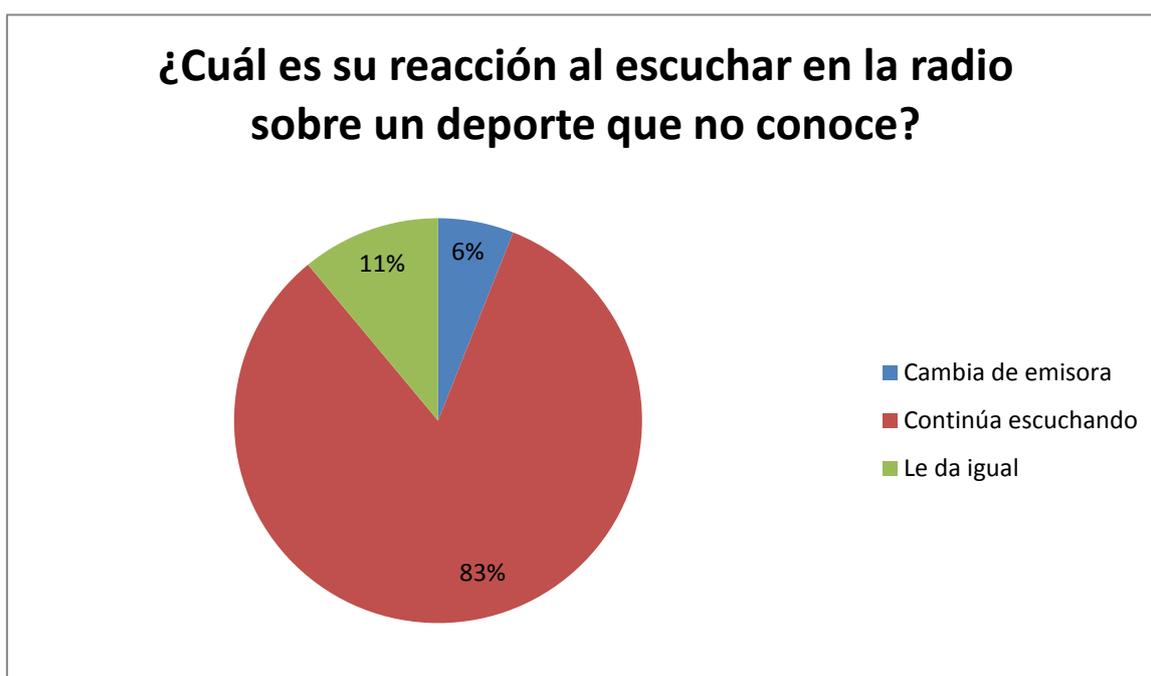


(Elaborado por Andrés Bello y Jonathan Andramuño)

El 81% de los encuestados afirman haber escuchado citar deportes que no se explotan o practican en su entorno, sin embargo no solo lo ha podido percibir en radio, sino en todos los medios de comunicación, el 7% respondió que pocas veces ha escuchado de deportes poco practicados, asimismo el 12% responde a que muy pocas veces escucha hablar de deportes no tradicionales.

4.- ¿Cuál es su reacción al escuchar en la radio sobre un deporte que no conoce?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Cambia de emisora	10	6%
Continúa escuchando	138	83%
Le da igual	19	11%

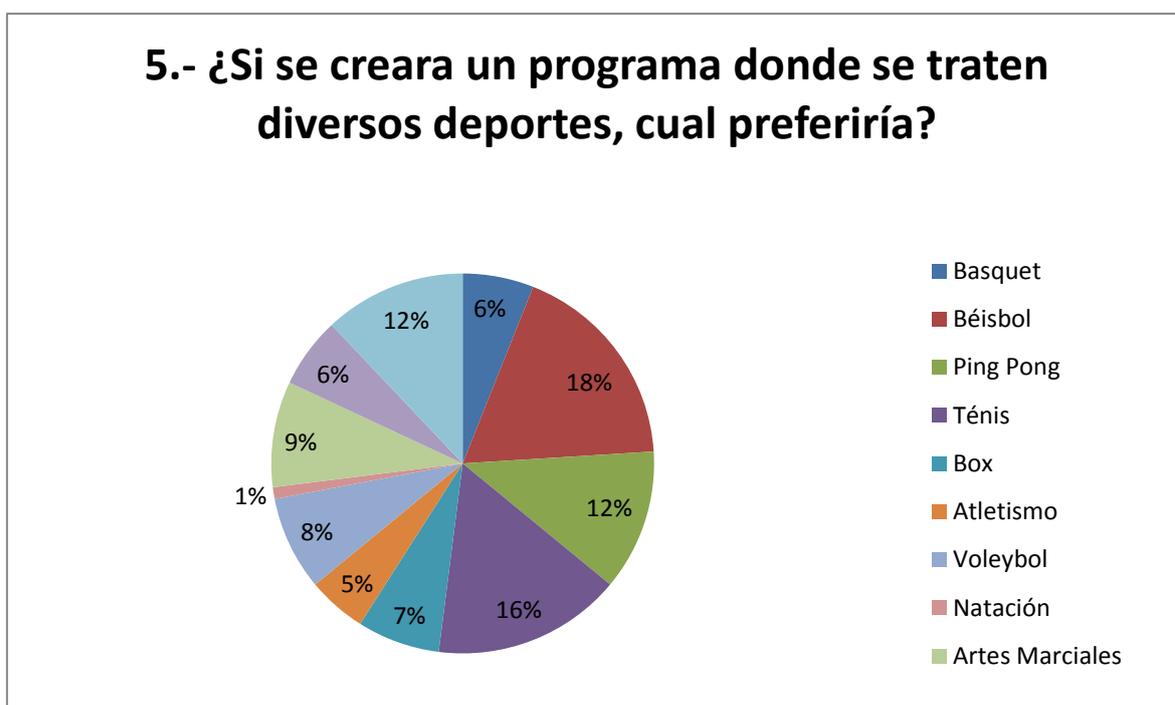


(Elaborado por Andrés Bello y Jonathan Andramuño)

El impresionante 83% de aceptación a la interrogante, confirma el supuesto del equipo de trabajo, al realizar la tentativa de explicación que presume que existe diversidad de disciplinas que están olvidadas y en muchos casos desconocidas, que son muy apreciadas y ejercen interés en el público oyente, un 6% afirma cambiar la emisora por desinterés y finalmente a un 11% le da lo mismo.

5.- ¿Si se creara un programa donde se traten diversos deportes, cual preferiría?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Básquet	10	6%
Béisbol	30	18%
Ping Pong	20	12%
Tenis	26	16%
Box	12	7%
Atletismo	9	5%
Vóleibol	13	8%
Natación	2	1%
Artes Marciales	15	9%
Pesas (Halterofilia)	10	6%
Otros	20	12%

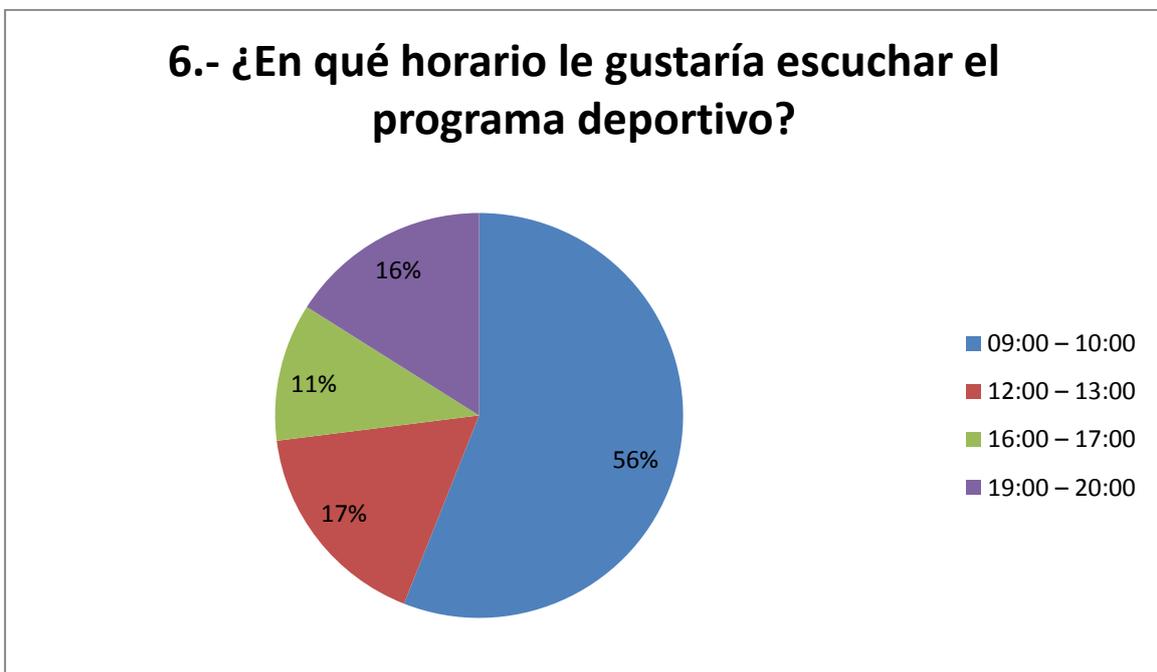


(Elaborado por Andrés Bello y Jonathan Andramuño)

Las respuestas son muy explícitas, pues al público le interesan mucho los diferentes deportes no abordados de forma natural y cotidiana, entre los más interesantes para el público, destaca el béisbol, en primer plano, el tenis le sigue y así hasta llegar a las otras clases de deportes no tradicionales, como la halterofilia, rugby, golf, entre otros.

6.- ¿En qué horario le gustaría escuchar el programa deportivo?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
09:00 – 10:00	94	56%
12:00 – 13:00	29	17%
16:00 – 17:00	18	11%
19:00 – 20:00	26	16%



(Elaborado por Andrés Bello y Jonathan Andramuño)

El 56% de las personas encuestadas prefieren escuchar el programa en la mañana, en un horario de 09:00 a 10:00 horas, un 17% de 12:00 a 13:00, 11% de 16:00 a 17:00 y un 17% por la noche, específicamente de 19:00 a 20:00, lo que indica que en definitiva, el horario que más se presta para la difusión de este tipo de programas, es en el horario nocturno como se especifica en el análisis.

3.15.1 Entrevista

A fin de poder recolectar de forma más precisa y conforme a las respuestas directas de las personas vinculadas al medio, se precisó utilizar como instrumento adicional a la búsqueda, la entrevista, método cualitativo, que se basa en la obtención de resultados precisos y siempre orientados a los fines adecuados al estudio.

Con este recurso, se pretende establecer un punto de partida a la obtención de datos de primera mano, para lo cual se contará con el apoyo de personas directamente vinculadas al medio y que a su vez forman parte de la audiencia.

El cuestionario a utilizarse en el proceso está basado en preguntas abiertas, que serán orientadas a lo que se necesita para dicho estudio, el sumario está compuesto de 5 preguntas, a las cuales se les puede vincular una repregunta según sea necesario y el entrevistado genere esta posibilidad.

Cuestionario para entrevista:

- 1.- Como periodista deportivo, ¿Se ha visto en la necesidad de recurrir a un deporte alternativo que no sea el fútbol para hacer noticias?
- 2.- ¿Qué resultados le ha dado el recurrir a esta alternativa?
- 3.- ¿El periodismo ecuatoriano está preparado para abordar diferentes disciplinas, desplazando de forma inconsciente al fútbol?
- 4.- ¿Cuáles han sido los deportes que han atraído más adeptos u oyentes aparte del fútbol?
- 5.- Según su perspectiva ¿Qué beneficios le traería al periodismo deportivo, la inserción en diferentes disciplinas no tradicionales?

3.15.1.1 Desarrollo de la entrevista

1.- Como periodista deportivo, ¿Se ha visto en la necesidad de recurrir a un deporte alternativo que no sea el fútbol para hacer noticias?

En ocasiones, a los periodistas nos ha tocado insertarnos en mundo totalmente diferente, pues cuando se utiliza de forma errónea al deporte mal llamado alterno, para suplir al fútbol nacional, cuando se termina el campeonato, a mi humilde óptica se está minimizando a las diferentes disciplinas, sea cual sea, ya que lo que menos se pretende es dedicarse a una sola temática, pero es bastante duro cuando la gente, nuestros seguidores y oyentes, solo quieren saber de fútbol y nada más, pero peor aún es cuando te dejan de seguir y escuchar cuando no les das lo que ellos te piden, que es solo fútbol.

2.- ¿Qué resultados le ha dado el recurrir a esta alternativa?

Bueno, como le decía en la pregunta anterior, los resultados no han sido muy positivos en ocasiones, pero hay casos en los que la gente toma como moda algún deporte y es ahí en donde el periodista deportivo cumple un papel muy importante, pues si contamos con suerte, ese será a partir de ese momento el deporte más explotado y más visto después del fútbol

3.- ¿El periodismo ecuatoriano está preparado para abordar diferentes disciplinas, desplazando de forma inconsciente al fútbol?

Creo que sí, con tanta competencia, sería un poco absurdo no apreciar otras opciones, vivimos en un mundo muy acelerado, en el que si nos descuidamos, seguramente vamos a quedarnos relegados, hablando acerca del contexto del periodismo deportivo.

4.- ¿Cuáles han sido los deportes que han atraído más adeptos u oyentes aparte del fútbol?

Cuando en los Estados Unidos se juega la serie mundial de béisbol o el super tazón, se vuelve un poco más popular en nuestro medio el deporte extranjero, sin embargo en vista que en el Ecuador se juega más béisbol que fútbol americano, por obvias razones el béisbol y también el básquet van a ser los que llamen más la atención.

5.- Según su perspectiva ¿Qué beneficios le traería al periodismo deportivo, la inserción en diferentes disciplinas no tradicionales?

Seguramente le daría un espacio más notable al periodismo deportivo, inclusive para la oportunidad de nuevos periodistas, ya que si hay más espacio, habrá más oportunidades.

3.15.2 Discusión general de resultados, análisis global

Dentro de los resultados que deja esta encuesta podemos apreciar muchos puntos muy claros en relación a temas concretos, como la oportunidad de realizar un programa con corte deportivo, que no sea lo que siempre se estila, es decir, atípico, que a lo mejor y se vuelve una tendencia para el ejercicio en radio y se vaya introduciendo poco a poco en todos los medios de comunicación.

Por un lado, los oyentes reflejan el interés que han tenido por escuchar algo diferente en las típicas radios de la localidad, si bien es cierto en el medio existen diferentes radios con programas de esta índole, que utilizan el fútbol como móvil para las masas y conglomerar a la ciudadanía por la pasión que este deporte provoca, pero así como el fútbol para muchos es pasión, para otros no es así y si fuese por lo menos de interés o no lo es en todo momento, ya que para ese reducido grupo de personas, también es interesante escuchar y saber de otros deportes, es por eso que las encuestas reflejan un gran sesgo a las disciplinas no tradicionales, como ping pong, vóley, básquet, béisbol, etc.

Un total de 138 encuestados (equivalente al 83% de las respuestas), en la pregunta 4: *¿Cuál es su reacción al escuchar en la radio sobre un deporte que no conoce?*, sostiene que las preferencias de personas involucradas de una u otra manera en los medios de comunicación son un factores esenciales para fijarse como oyente fijo de determinada estación, en la pregunta recae el peso absoluto cuando se opta por el ítem “CONTINUÓ ESCUCHANDO”, significa que a pesar que se hable de algo poco conocido, se persiste, ya que resulta de interés.

Las siguientes interrogantes de igual forma apuntan al mismo lugar, en definitiva la opción de continuar escuchando la radio a pesar que no se está hablando de algo conocido, persiste, ya que no deja de ser interesante, según comentan los encuestados.

Por otro lado, al entrevistar a moradores del sector, realizando un sondeo mínimo con 5 preguntas, se pudo determinar que el mayor de los temores de las personas al escuchar en la radio a los comentaristas deportivos, tratando otra disciplina que no sea el fútbol, atormenta la posibilidad de desplazar al deporte que a ellos mucho entusiasma, sin embargo, a pesar de que los consume la idea, no descartan la idea planteada, les gustan los deportes no tradicionales, el béisbol y básquet llaman mucho la atención, pero como no tiene mucha trascendencia en el medio, simplemente lo hacen a un lado.

También expresan en conjunto que no van a cambiar sus gustos de la noche a la mañana, que en correspondencia a lo planteado anteriormente, las generaciones futuras serán las que aprovecharán ese efecto de deportes no tradicionales que aparentemente crean interés, más no pasión.

Todo es un proceso lento y que debe ser permanente, expresa Ricardo Briones, al momento de la entrevista, refiriéndose a los deportes no tradicionales como el punto menos atractivo del espacio radial, que es puro relleno y solo se lo utiliza en caso de emergencias, cuando se acaba el argumento futbolero.

Rafael Matute de 19 años, expresa que a pesar de haberse criado en una era digital y vanguardista, no refleja interés en deportes ajenos al fútbol, pero también comentó que no le molesta la posibilidad de escuchar otros comentarios a partir de las otras clases de deportes.

Adentrando un poco más en el objeto de estudio, se extrajo mucha más información, incluso de mujeres que son muy apasionadas y fanáticas del “Rey de los Deportes” según expresan, Daniela Castro Guamán, segura que no es

necesario ser hombre para estar interesado en un deporte, confirma la teoría con su declaración, pues demostró con mucho orgullo ser una apasionada por el fútbol.

Castro, hinchada del EMELEC, expresó que el balompié la apasiona, pero además de eso le gustan otros deportes que poco se conocen en el medio, pero que gracias a la herramienta del internet y a la televisión pagada, ella siempre se mantiene informada de las novedades que existen en otros ámbitos deportivos, tanto dentro como fuera del territorio ecuatoriano.

Dentro de todo esto, hay un punto muy importante a tener en consideración. El 53% de los habitantes del sector afirman que más allá de tener o no acogida el periodismo deportivo, el que se ofrece no goza de la suficiente calidad (por motivos no especificados), siendo el 47% el que considera que lo ofrecido día a día cuenta con la calidad debida para el público.

3.16 Recursos:

3.16.1 Instrumentales

Para elaboración del proyecto de tesis se ha empleado dos computadoras, tanto de escritorio como portátil, copias e impresiones de documentos encontrados en internet. Se han ocupado diversos escenarios, como los domicilios personales, oficinas de trabajo, las instalaciones propias de la Universidad Laica.

El uso constante de los correos electrónicos para coordinar las entrevistas, llamadas telefónicas, empleo de taxi como uno de los principales medios de transportación segura, fueron instrumentos recurrentes empleados en el proceso tanto de recopilación de información (Encuestas y Entrevistas), como para la elaboración del proyecto de investigación.

3.16.2 Cronogramas

El desarrollo completo del estudio y propuesta tomó aproximadamente 6 meses, lo cual se detalla en informe adjunto con control de actividades y tareas asignadas por el tutor del proyecto.

3.16.3 Presupuesto

A continuación se detalla el presupuesto general del proyecto de investigación “ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIALES (DIBLÙ, SUPER K800 Y CARAVANA) EN LA DIFUSIÓN DE LOS DEPORTES NO TRADICIONALES EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”:

Presupuesto General				
N°	Ítem	Costo Unitario	Cantidad	Total
1	Resmas de papel	\$ 5,60	6	\$ 33,60
2	Esferográficos	\$ 0,25	12	\$ 3,00
3	Copias	\$ 0,02	590	\$ 11,80
4	Impresiones	\$ 0,15	1400	\$ 210,00
5	Encuestadores	\$ 20,00	10	\$ 200,00
6	Gasolina	\$ 15,00	15	\$ 225,00
7	Internet	\$ 25,00	12	\$ 300,00
8	Telefonía Celular	\$ 25,00	3	\$ 75,00
9	Telefonía Fija	\$ 12,00	3	\$ 36,00
10	Energía Eléctrica	\$ 38,12	12	\$ 457,44
11	Agenda de apuntes	\$ 4,69	1	\$ 4,69
12	Encuadernación	\$ 11,20	7	\$ 78,40
13	Impresión de stickers para cd	\$ 1,00	7	\$ 7,00
14	Cd	\$ 2,00	7	\$ 14,00
Total		\$ 150,03		\$ 1.655,93

Autores: Andrés Bello y Jonathan Andramuño 2015 - 2016

3.17 Resultados – productos

Las razones son claras y hasta evidentes al decir que es muy necesario construir en aras del periodismo ecuatoriano, más aun si es de afición deportiva se trata, motivar no solo a la audiencia o seguidores, sino también comenzar desde adentro de los medios, pues es de interés colectivo la inclusión de deportes no tradicionales en el actual proceder de las radios que transmiten y tienen bajo su responsabilidad programas deportivos.

Sin lugar a duda el espacio que ha ganado el fútbol en el Ecuador, proviene del verdadero énfasis que le ha depositado el mismo periodismo, que ha realizado su trabajo acorde a las exigencias es de un conglomerado de aficionados y hasta fanáticos de los deportes.

Las aspiraciones poco a poco se han convertido en realidad, la novedad científica que presenta este estudio, conforma y forma parte de un laborioso proceso en equipo, que da a notar que el esfuerzo vale la pena y el aporte a la sociedad comunicativa, es la paga más reconfortante de tan valioso trabajo, sin duda alguna, el producto final es lo más representativo y dinámico de la propuesta, pues logrará romper un paradigma establecido hace muchos años en el Ecuador, el cual define al periodismo deportivo como fútbol.

3.18 Viabilidad o factibilidad de la investigación

El acceso inmediato, colaboración y apertura para obtener información en los medios analizados, sumado a la predisposición de los entrevistados y encuestados, son aspectos esenciales con que se espera contar en este proyecto para luego y con el apoyo respectivo de las autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, Carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte y de los principales de Radio Laica HD, poder desarrollar y poner en práctica la propuesta planteada en este proyecto y de la cual se espera poder aportar en gran magnitud al desarrollo y ejercicio de la profesión de todos los periodistas deportivos del territorio nacional.

CAPITULO IV

4. Informe Técnico final

El proyecto fue realizado con el éxito esperado, cumpliendo a plenitud con los objetivos planteados y contando además como herramienta principal, con el acceso y apertura para tratar la información debida por parte de las autoridades de las diferentes personas que opinaron y respondieron, haciendo referencia a la temática, así también con las auto exigencias del equipo, ya que sin ese motor el resultado hubiese sido otro, las respuestas a los cuestionamientos planteados inicialmente, fueron atendidas, la dirección de cada uno de los objetivos también, un marco teórico complementado con corrientes de autores que ratifica la decisión de hacer una investigación de tal envergadura, posteriormente se responde a una tentativa de explicación y se asocia con la metodología basada en métodos y técnicas acordes al estudio.

En definitiva el cumplimiento, abordaje de las temáticas y desarrollo del estudio, corrobora la calidad de trabajo que se fundamenta y respalda en un marco contextual muy amplio, que trae consigo la seguridad epistémica, para el desarrollo y aplicación de la propuesta consensuada.

Por lo tanto el equipo resume un informe técnico final, favorable en un 99%, ya que sin duda alguna con margen de error del 1%, se puede sostener una mínima posibilidad de que la idea a defender se caiga, sin embargo con el porcentaje favorable, se da fe al buen desempeño y legal cumplimiento de cada uno de los pasos que comprenden el desarrollo del estudio.

4.1 Conclusiones

Con el análisis de las parrillas de programación de las tres radios planteadas inicialmente (DIBLÚ, SUPER K800 y CARAVANA), se pudo percibir el ausentismo de las otras clases de deportes o también llamados no tradicionales.

Se pudo evidenciar que el porcentaje de programas deportivos que difunden deportes poco practicados es muy escaso, ya que lo que prima en su parrilla de forma notable, es el fútbol.

Se logró establecer y hacer notar tanto a los programadores como a los comentaristas, que tipo de deportes prefieren tener en su parrilla, además de los que se están de cierta forma desplazando.

Como parte del estudio y por medio de él, se pudo diseñar un programa radial de corte deportivo, que integre la mayor parte de los deportes practicados, con la finalidad de ser balanceado en las diferentes disciplinas.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda que las radios ecuatorianas DIBLÙ, SUPER K800 y CARAVANA, integren en su parrilla comentarios y noticias de los deportes denominados no tradicionales, para de esta forma integrar paulatinamente en las demás radios, el mismo corte.

Se debe incluir las diferentes disciplinas en las parrillas, ya que queda evidenciado de que las radios locales utilizan al fútbol como único recurso el momento de pensar y realizar programas con este target.

Se recomienda preparar a los programadores y comentaristas deportivos, en diferentes deportes, para la correcta difusión de los comentarios y noticias que hacen referencia a las distintas disciplinas.

Implementar en la Radio Laica HD de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, el programa diseñado por los autores del proyecto y de esta forma comenzar en el lugar de la formación académica, como semillero de una formación integral en las diferentes aristas del deporte.

4.3 Propuesta

4.3 Título de la propuesta

“AFICIÓN DEPORTIVA”, el cual consiste en una programación deportiva radial emitida en internet de lunes a viernes en la señal online de Radio Laica HD

4.4 Justificación

En plena época de desarrollo digital y que cada vez más apunta a la interacción entre emisor-receptor mediante métodos y herramientas no tradicionales, se vuelve más necesario poder llegar al usuario hacia donde la comunicación se dirige.

Desde la aplicación y posterior utilización de una herramienta como el internet en el campo comunicativo, los diferentes medios de comunicación han desarrollado numerosas técnicas y estrategias para ganar el espacio necesario con los usuarios en la red.

Es común escuchar, leer y ver cada vez más a nuevos medios, los cuáles a través de distintas ideas en sus programaciones buscan llegar al receptor (usuario en internet) para ir ganando acogida en este ámbito globalizado.

¿Pero cómo resaltar en un 'mundo' tan amplio? Quizá, esa sea la pregunta que toda persona se realiza antes de enfrentar el reto de entrar en el campo comunicativo digital.

Es ahí, donde las principales ideas y posteriores proyectos que tienen puntos muy claros y centrados, son los que al final terminan marcando diferencia entre los diversos consumidores.

Dicho todo esto, y considerando como punto central el objetivo de este proyecto de investigación, es necesario detallar hacia donde se apunta a llegar con la programación radial por internet y cuáles son sus expectativas.

En los párrafos citados anteriormente, se aprecia que hoy en día casi todos los medios de comunicación tienen transmisiones por internet. Desde el canal de televisión más importante y las principales cadenas de radio, hasta pequeñas empresas televisivas, radiales y prensa escrita, tienen al menos un lugar en la red.

Tomando como punto referencial el último párrafo, es necesario saber qué se quiere y hacia dónde se quiere llegar. En este caso, la idea es muy clara: Dar a conocer la diversidad del deporte, permitir que el periodista desarrolle sus capacidades en una programación radial (con toda la labor que implica) y encontrar facilidades que permitan cumplir con su labor en una radio de mayor renombre, prestigio y calidad.

Para poder cumplir con el objetivo y lograr todo el provecho posible es necesario citar ciertos puntos.

- El comunicador que se inclina desde un principio por el periodismo deportivo y aquellos que recientemente han egresado de la carrera, deben tener en claro los conceptos básicos de la actividad.

- Las características y manejo tanto de las programaciones como de las radios en sí de la ciudad, deben ser aspectos de dominio absoluto tanto de los periodistas.

Dentro del primer enunciado, cada periodista, debe saber que el ámbito deportivo, no sólo debe enfrascarse en una sola arista del deporte, sino que además no se pueden descuidar las principales ramas deportivas, ya que ello le permitirá gozar de mayor oportunidad en un medio radial tanto nacional como internacional.

El conocimiento y manejo diario de la información, es un aspecto esencial de todo comunicador, en este caso que el periodista deportivo debe contar. Un día sin 'actualizarse' puede costar caro para el desarrollo, manejo y transmisión de la información.

Para el segundo punto, hay que ser muy claros en el manejo que tienen los medios radiales en la ciudad. Desde el ingreso como practicante hasta gozar de un contrato o vínculo específico, hay detalles que siempre se deben tener presentes.

Si bien, la aplicación de nuevas leyes busca beneficiar a los futuros periodistas en general -sin especificar una sección- hay que saber con precisión el manejo económico y profesional que tiene cada medio radial.

Este aspecto puede ser muy variable entre medio y medio, pero dejar en claro al periodista de que no en todas las radios se pueden tener ingresos económicos inmediatos, puede ser el punto de partida para saber con precisión en qué mundo se incursiona.

Además, el efectuar labores y horas no determinadas en un principio, es otro de los puntos que hay que aclarar y entender a plenitud -que no quede simplemente conversado en un lugar cualquiera o con amigos, sino que en realidad el comunicador conozca y tenga total aceptación, ya que ese es otro de los factores que muchas veces termina por alejar a los periodistas del campo comunicativo.

4.5 Objetivos de la propuesta

4.5.1 Objetivo general

Ampliar los nexos entre las radios con contenido deportivo y los comunicadores, facilitando así el vínculo de los periodistas en el ejercicio pleno de la actividad,

teniendo como punto de partida, el desarrollo a plenitud de la profesión a través de las actividades a cumplir en la radio on-line.

4.5.2 Objetivos específicos

- Fomentar la profesión con una serie de programas deportivos incluyendo la mayoría de los deportes no tradicionales de forma paulatina.
- Encontrar y explotar las virtudes de los periodistas deportivos, en otras disciplinas y de esta forma adaptarse a ese nuevo target.
- Masificar la programación de la radio con la nueva orientación a la integración de los deportes no tradicionales, la cual se efectuará en Radio Laica HD.

4.6 Importancia

El desarrollo, posterior aplicación y masificación de la programación deportiva (No Tradicional) radial por internet en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, no sólo que permitirá ganar más aceptación y entrega a los estudiantes de la carrera, sino que además permitirá que los mismos desarrollen al máximo sus capacidades y al tener la facilidad del nexo con las radios de la ciudad, puedan gozar de mayores oportunidades para desarrollar sus actividades en la empresas radiales, aplicando y orientando a la sociedad de la variedad disciplinar que existe en los deportes que se practican tanto local, como internacionalmente.

4.7 Ubicación sectorial y física

- Al estar creada Radio Laica HD en la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, Carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil,

el lugar adecuado para desarrollar las programaciones de este proyecto, serán las mismas instalaciones de la radio, las cuales deben contar con los equipos necesarios para la práctica diaria de las respectivas actividades, que incluye programas en cabina como en el futuro coberturas en exteriores y transmisiones.

4.8 Factibilidad

La aplicación del proyecto al tener un espacio físico ya elegido no representará inconvenientes en cuanto a traslado y desarrollo de las actividades semana a semana. Por lo anteriormente citado, dicho proyecto promoverá al máximo la práctica o ejercicio real de las actividades dentro del campo deportivo (No Tradicional) radial.

4.9 Descripción de la propuesta

Nombre de la programación: Afición Deportiva

Medio de transmisión: Radio Laica HD (señal por internet)

Duración de los programas: 60 minutos cada uno

Frecuencia: Lunes a viernes

Hora: 09:00 – 10:00 / 13:00 - 14:00 / 19:00 - 20:00

Contenido: Deportivo con una pequeña sección musical (aleatoria) antes de ir al corte comercial

Grabación / emisión: Estudios de Radio Laica HD

4.10 Actividades de la programación

La programación deportiva de la radio se realizará de forma diaria de lunes a viernes contando además con ciertos fines de semanas donde se efectuarán transmisiones de eventos deportivos y programas especial, estará supervisada adecuadamente por una persona encargada (designada por los directivos de la Facultad), quien a su vez será el responsable de que cada actividad se cumpla

con la planificación debida. Dentro de los puntos a detallar en dicha programación radial, podemos resaltar los siguientes:

- Los estudiantes y egresados interesados en la propuesta radial, deben ser escogidos con la debida anterioridad, pero siempre habrá espacio para quienes poco a poco decidan sumarse a la propuesta.

- Antes de iniciar con cada programación, se realizará como punto de partida, la selección del personal que empezará con las labores diarias. A ellos, se les indicará los puntos y funciones a cumplir.

- Programación diaria con tres emisiones. Como parte de la programación a cumplir en la radio, se transmitirán tres programas diarios de lunes a viernes divididos en diversos horarios. Antes de los cortes comerciales de cada programa (si así lo consideran los locutores o director de la programación), se emitirá alguna canción, la cual será elegida ya sea por los locutores o por el público, con el afán de dar un aire deportivo y musical si cabe el término a la programación.

- El primer programa a transmitir será desde las 9:00 hasta las 10:00 am, el cual contará tanto con información deportiva, así como con comentarios e interacción con el público a través de las redes sociales.

- El estilo del programa dependerá mucho de los participantes, dejando a libre consideración el formato a llevar, sin dejar de lado los puntos antes señalados.

- El segundo programa comenzará a partir de las 13:00 hasta las 14:00. De igual forma, su estilo dependerá de quienes conformen la programación, sin dejar de lado claro está los puntos a seguir: información, comentario, análisis e interacción con los oyentes.

- La última emisión de la jornada deportiva del día comenzará desde las 19:00 hasta las 20:00 siguiendo los parámetros descritos anteriormente.

- Los participantes de cada programa (locutores) serán escogidos por el supervisor o director encargado de la parte deportiva.

- En la búsqueda por los nuevos comunicadores deportivos de la ciudad, será adecuado dar la debida acogida y participación a quienes desde un principio muestran su inclinación al periodismo deportivo.

- Dependerá de quienes muestren interés y dispongan del tiempo adecuado, para conformar el número exacto de locutores de cada programación deportiva.

- El supervisor o director del contenido deportivo, será el encargado de designar las debidas funciones y horarios a cumplir dentro de las programaciones.

- Los locutores preferentemente serán aquellos que han finalizado recientemente los cuatro años de estudios, sumados a quienes están por finalizar el periodo educativo.

Si bien, el objetivo principal de esta propuesta es encontrar nuevos valores dentro del campo comunicativo deportivo, es necesario apuntar que quienes han finalizado ya sus años de estudio, a los recientemente egresados, sumado por supuesto a quienes cursan los últimos semestres de periodismo en la Universidad Laica, ellos serán quienes hasta cierto punto gocen de mayor oportunidad en las programaciones deportivas.

Esto no quiere decir que aquellos que estén cursando los primeros semestres de periodismo, no podrán conformar las programaciones deportivas, por el contrario, también tendrán el espacio ideal, pero regido a las determinaciones y necesidades que serán señaladas por el director del contenido deportivo de la radio. Una vez conformada las programaciones, se pasará en el menor tiempo posible a realizar transmisiones de eventos deportivos.

Cuando la estructura de cada programa deportivo esté plenamente conformada y ya se la haya ejecutado en un tiempo prudente cada programación (establecido

por el director del contenido deportivo), se pasará al siguiente punto de esta propuesta, que apunta a las transmisiones deportivas.

Como en nuestro país, el fútbol es el deporte que mayor demanda tiene, se empezará por transmitir ciertos partidos del fútbol ecuatoriano, los cuales serán escogidos y planificados por el director del contenido deportivo.

Para ello es necesario contar con los materiales y recursos dentro de las instalaciones de la radio (presupuesto señalado más adelante), ya que ello permitirá la factibilidad del desarrollo de las transmisiones.

Como ha sido mencionado en varias ocasiones, quien designe los grupos para dichas transmisiones, será el director del contenido deportivo. De él dependerá la organización y desarrollo de cada actividad.

- **No solo el fútbol será prioridad**

El deporte nos brinda una gama muy amplia de temas a tratar. Además también nos permitirá tener opciones para realizar distintas transmisiones. Por ello, quienes muestren interés por otras disciplinas que no sea fútbol, también podrán contar con espacio necesario para desarrollar y desenvolverse dentro del campo radial.

- **Vínculo con periodistas reconocidos**

Uno de los objetivos que tiene esta propuesta y este proyecto de tesis como tal es relacionar directamente a los nuevos comunicadores con periodistas de mucha experiencia en el campo del periodismo deportivo. Tanto con periodistas que en la actualidad se desenvuelven en el espacio radial, como aquello que hoy en día están en diversos programas de televisión, pero que marcaron su formación dentro de la radio.

Para cumplir con este objetivo, se procederá a invitar a un periodista cada semana, para que pueda no solo acompañar y estar como invitado en algún programa específico, sino que además, una vez finalizada la programación pueda compartir algunos puntos con los nuevos comunicadores, donde se podrán compartir vivencias y observaciones para poder mejorar en este campo comunicativo.

- **Vínculo con directores deportivos de los medios**

Además de poder contar con periodistas conocidos en alguna programación determinada, será de suma importancia contar de igual forma, semana a semana con los directores de deportes de las diferentes radios de la localidad.

El objetivo principal de esta invitación corresponde al nexo directo que se busca crear entre directores-nuevos periodistas con la finalidad de que los encargados de la parte deportiva en las radios puedan apreciar el potencial y al mismo tiempo analizar una posible participación de los nuevos comunicadores dentro de las diferentes radios.

Este último punto en esencial, ya que ello permitirá contar con otra vía de salida para que los estudiantes y egresados de periodismo no solo que puedan contar con el roce debido con los principales en la parte deportiva de las radios, sino que también puedan ser escuchados y analizados para una posible intervención en alguna radio de la localidad.

Las invitaciones a los periodistas y directores de deportes de las radios será labor a cumplir del director del contenido deportivo de Radio Laica HD, con la aprobación respectiva de los directivos de la Facultad de Periodismo.

El director del contenido deportivo en la radio será el encargado de realizar y coordinar las invitaciones e intervenciones de los periodistas y directores de deportes de las radios.

Una vez por semana se efectuará un taller que será impartido por el director del contenido deportivo de la radio o alguien invitado para ir corrigiendo falencias y al mismo tiempo ir potenciando virtudes.

Se buscará algún tipo de convenio o de alianza con instituciones públicas o privadas que permitan generar recursos para el trabajo a cumplir.

La radio debe estar vinculada y contar con la aprobación y apoyo ideal de la Universidad Laica (que no funcione de manera aislada pero que goce de cierta independencia para toma de decisiones) y que así mismo reciba recursos de la institución dentro de su presupuesto anual.

Los programas deben contar con la debida masificación a través de las redes sociales y ser promovidos en todas las facultades y escuelas de la Universidad con el fin de que en el menor tiempo posible exista el conocimiento, difusión e interacción con los estudiantes en primera instancia para posteriormente tener llegar al público en general.

4.11 Presupuesto

PROGRAMA RADIAL ONLINE AFICIÓN DEPORTIVA

Responsables del Proyecto:

Jonathan Andramuño

Andrés Bello

GASTOS						
	Costo Unitario	Número de unidades	Costo total	Mes 1	Mes 2	Mes 3

1 A. Personal						
Director Locutor	\$ 400,00	1	\$ 1.200,00	400,00	400,00	400,00
Locutor 2	400,00	1	\$ 1.200,00	400,00	400,00	400,00
Locutor 3	400,00	1	\$ 1.200,00	400,00	400,00	400,00
Operador consola	354,00	1	\$ 1062,00	354,00	354,00	354,00
2.b Inversiones						
Audífonos	\$20	4	\$80,00			
Micrófonos	\$50	4	\$100,00			
Grabadoras	\$70	3	\$210,00			
Pilas	\$1.50	12	\$18,00			
3 C. Costos operacionales						
Invitados personajes	\$10	2 por semana	\$480,00	160,00	160,00	160,00
			\$ 5550,00			
4 D. Costos de administración	15% del total para universidad	Por los tres meses del programa	900,00			
			\$ 6.450			

INGRESOS		Total	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Fuente del ingreso					
Contribución propia (cuotas de los Directivos)	2 Directivos : \$500,00 C/u	\$ 3000,00	1000	1000	1000
Publicidad	10 empresas	\$ 1350,00	450	450	450
Publireportajes	2 semanales	\$ 1350,00	450	450	450
Menciones	5	\$ 750,00	250	250	250
		\$ 6.450,00			

4.12 Guión para programa radial

El formato será similar en las tres programaciones, tanto la que se emitirá en la mañana, tarde y en la noche.

El **Grupo objetivo de la programación radial** de 15 a 25 años.

El **Sector al que va dirigido el programa** es al público de Guayaquil, con contenido, información y comentarios que apunten a un público general del país.

#	Hora	Título	Detalle	Vivo - Grabado		Locutores
1	20:00:00	Spot del programa	Afición deportiva		x	
	20:00:30	Fondo musical	Fondo musical Canción ACDC/High way the hell		x	
2	20:00:45	Presentación locutor 1	Hola que tal, muy buenas noches a la amable audiencia de Afición deportiva, estamos muy contentos de estar una noche más junto a ustedes y poder compartir esto que tanto nos apasiona a todos, el deporte, hoy como todas las novhes estamos junto al lcto. Andre´s Bello, cómo le va sr. Bello	x		Jonathan Andramuño
3	20:01:30	Presentación locutor 2	Hola Jonathan que tal, y muy buenas noches a todos nuestros radioescuchas, una vez más muy contento de recibirlos en afición deportiva, hoy con varios temas como el del challenger ciudad de guayaquil	x		Andrés Bello
4	20:02:00	Presentación de los temas	Empezó el challenger ciudad de Guayaquil y repasaremos las principales novedades del certamen	x		Andramuño
5	20:02:30	Presentación de los temas con fondo musical	Importante torneo de box se llevará a cabo en la ciudad	x		Bello
6	20:03:00	Presentación de los temas con fondo	la liga nacional de básquet	x		Andramuño

		musical	será más peleada que nunca			
7	20:03:30	Presentación de los temas con fondo musical	Inicia un campeonato más de tenis de mesa	x		Bello
8	20:04:00	Presentación de los temas con fondo musical	la serie mundial de beisbol tiene como gran campeón a Royals de Kansas city	x		Andramuño
9	20:04:30	Presentación de los temas con fondo musical	Torneo de vóley se dará en salinas	x		Bello
10	20:05:00	Presentación de los temas con fondo musical	Nueva medalla y clasificación a JJOO de un ecuatoriano	x		Andramuño
11	20:05:30	Locutor 1 y fondo musical	Arrancamos amigos	x		Andramuño
12	20:05:45	Inicio de los temas y comentarios sobre challenger ciudad de Guayaquil	Arrancó el XI Challenger de Guayaquil en donde nuestros compatriotas lamentablemente no han tenido suerte y solo nos queda Giovanni Lapentti en competencia	x		Bello
13	20:06:30	Comentarios challenger ciudad de Guayaquil	Así es Andrés, lamentablemente nuestros deportistas no han dado la talla frente al resto de tenistas, creo q el último ecuatoriano engañar este torneo fue Nicolás Lapentti y precisamente el hermano de él es el único que aún está vivo en el certamen	x		Andramuño
14	20:07:15	Comentarios challenger ciudad de Guayaquil	Exactamente Jonathan, si no me equivocó fue en el 2009 la última vez en la que Nicolás levantó el trofeo, yo creo que este año Giovanni hará respetar la casa y dejará el trofeo en	x		Bello

			Guayaquil			
15	20:08:00	Comentarios challenger ciudad de Guayaquil	Pienso igual que tu Andrés aunque el argentino Andreozzi está en buena racha y no ha perdido un solo set en lo que va del torneo pero aun así creo que Giovanni se quedará con este Challenger y mira que lo ha demostrado varias veces en copa Davis, cuando el equipo necesitó de él, nunca le falló	x		Andramuño
16	20:08:45	Comentarios challenger ciudad de Guayaquil	Bueno pues ahora deberemos apoyarlo, ud va sr. Andramuño?	x		Bello
17	20:08:55	Comentarios challenger ciudad de Guayaquil	Claro que sí, ahí estaremos sr. Bello, apoyándola único ecuatoriano vivo.	x		Andramuño
18	20:09:10	Comentarios challenger ciudad de Guayaquil	Bueno pues entonces allá estaremos	x		Bello
19	20:09:15	Inicio de temas toreno de box y Comentarios	Bueno, cambiando de tema nos vamos a centrar al gran torneo de box, que tendrá como sede a la ciudad de Guayaquil , ya que en este torneo vendrán pugilistas de todas las partes del mundo, tanto como de Cuba, Puerto Rico, USA, Perú, Colombia Bélgica y Holanda y sumará puntos para clasificar a JJOO	x		Andramuño
20	20:10:00	Comentarios sobre torneo de box	bueno Jonathan, te comento que en esta clase de torneos siempre entre los favoritos aparecerán los cubanos seguido de los puertorriqueños y	x		Bello

			estadounidenses			
21	20:10:30	Comentarios sobre torneo de box	Así es mi querido Andrés creo q en todo certamen pugilista, estos son firmes candidatos, pero no dejemos de lado a nuestros boxeadores y yo creo que ellos están teniendo una gran preparación para lo que será	x		Andramuño
22	20:11:45	Comentarios sobre torneo de box	Bueno pues entonces habrá que verlos en acción y te cuento que este el torneo iniciará este próximo 20 de noviembre y tendrá cuadriláteros, tanto en el coliseo cerrado de Guayaquil y la peleas estelares en el centro de convenciones y para los que quieran ir a observar buen box las entradas para el coliseo son totalmente gratis pero para el Centro de convenciones el valor es de 3 dólares	x		Bello
23	20:12:15	Comentarios sobre torneo de box	Así es Andrés, sé que los dos lugares estarán totalmente llenos apoyando a nuestros deportistas	x		Andramuño
24	20:13:00	Inicio de los temas y comentarios liga nacional de básquet	Bueno pues ahora pasamos de coles a nabos y hablaremos sobre el gran inicio que tendrá la liga nacional de básquet y contará con participación record de equipos de Guayaquil entre los más importantes estarán Barcelona y Emelec que para este torneo	x		Bello

			contratarán a jugadores de talla para pelear el certamen			
25	20:13:45	Comentarios sobre Liga nacional de básquet	Claro Andrés pero no podemos dejar de lado a UTE quien siempre está peleando y además es el campeón reinante que defenderá su título y no nos olvidemos de ComuniKT quienes este año pelearan porque el título se quede en sus manos	x		Andramuño
26	20:14:00	Comentarios sobre Liga nacional de básquet	Exacto Jonathan también recordemos que ComuniKT fue campeón en el 2013 y como ya lo mencionaste el año pasado perdió ante UTE pero esta hegemonía de la Sierra debe de terminar este año ya que ellos han ganado la mayoría de los títulos nacionales	x		Bello
27	20:14:30	Comentarios sobre Liga nacional de básquet	Exacto, es más si no me equivoco el único equipo de Guayaquil en ganar esta liga es Barcelona en 2008 y hacía de local en el coliseo cerrado, recordemos que en ese año tuvo gran aceptación por el público de Guayaquil	x		Andramuño
28	20:15:00	Comentarios sobre Liga nacional de básquet	Exactamente Jonathan, ahora habrá que esperar que no solamente se preocupen de traer a grandes jugadores sino que también preparen a los nuestros y así poder tener un equipo ecuatoriano competitivo para los	x		Bello

			torneos internacionales			
29	20:15:30		Pienso de la misma manera Andrés y ya me están haciendo corte	x		Andramuño
30	20:15:45	Locutor manda a pausa musical	Así que amigos nos toca irnos a nuestra pausa musical mientras estemos en pausa pueden enviar sus mensajes y hacer sus peticiones y los complaceremos, ya regresamos con más de Afición deportiva.	x		Andramuño
31	20:16:00	Fondo Musical	Fondo musical Canción ACDC/High way the hell		x	
32	20:16:30	Pausa musical	Maná/ angel de amor		x	
33	20:20:00	Pausa musical	bon Jovi/ ling on prayer		x	
34	20:20:05	Pausa musical	Metallica/ nothing else matters		x	
35	20:26:30	Pausa musical	Caifanes/ debajo de tu piel		x	
36	20:30:00	Regreso de pausa musical	Fondo musical Canción ACDC/High way the hell		x	
37	20:30:30	Regreso de pausa e inicio de tema y comentarios sobre tenis de mesa	Estamos de vuelta en Afición deportiva, ahora si retornamos con el tema de tenis de mesa , y es que la presidenta Marcia Bonilla en conjunto con el ministerio del deporte organizan un torneo nacional con miras a preparar a jugadores que aspiran en llegar a JJOO	x		Andramuño

38	20:31:15	Comentario del torneo de tenis de mesa y comentarios	Bueno Jonathan este tema este torno le cae como anillo al dedo a los deportistas ya que se acercan los JJOO y necesitan de una gran preparación	X		Bello
39	20:32:00	Comentario del torneo de tenis de mesa y comentarios	Así es mi estimado, tenemos que decir aunque de pena , que a este deporte no se le da tanto seguimiento , salvo si un deportista nuestro está en instancias finales, sino, no le dan la debida cobertura	X		Andramuño
40	20:33:45	Comentario del torneo de tenis de mesa y comentarios	Pues para eso existe este programa y nosotros , para ayudar e a estos deportes aún más y que los escuchas se interesen más por ellos, hay que recordar que el torneo inicia el 5 de diciembre y se lo realizará en Cuenca, en el coliseo Jefferson Pérez y contará con participación de deportistas de todo el Ecuador	X		Bello
41	20:34:30	Comentario del torneo de tenis de mesa y comentarios	Muy bien Andrés, pues intentaremos mandar a uno de los dos para cubrir el torneo.	X		Andramuño
42	20:35:15	Inicio y comentarios sobre serie Mundial	Ahora pasaremos a un evento global, ya que en USA se jugó la serie Mundial de beisbol en la cual el Kansas City logró ser campeón 4-1 sobre los METS	X		Andramuño
43	20:36:00	comentarios sobre serie Mundial	Así es Jonathan, los Royals ganan sus dos partidos	X		Bello

			como local, en el Citi Field de New York pierden el primer partido pero los Royals se recuperan y ganan dos partidos seguidos para poner la serie 4-1 y gracias a ello se llevan la serie mundial			
44	20:36:45	comentarios sobre serie Mundial	Así Andrés, y este partido tuvo como gran figura a Christian Colón y así darle el título que le ha sido esquivo desde 1985 , el año pasado también estuvieron muy cerca, pero perdieron ante Gigantes de San Francisco 4-3	X		Andramuño
45	20:37:30	comentarios sobre serie Mundial	Este título lo han festejado a reventar y lo hacen de esta manera porque no lo han podido hacer desde hace 30 años y han tenido que aguantarse tanta alegría y euforia	X		Bello
46	20:38:15	Inicio comentarios equipo que se va a torneo en puerto rico	Bueno Andrés, esto no lo dijimos en el inicio de programa pero vale recalcarlo, ya que un equipo juvenil de Ecuador, irán para Puerto Rico en donde disputaran algo parecido a unas eliminatorias para acceder a 4 cupos a un mundial que se disputa en enero del próximo año.	x		Andramuño
47	20:38:45	comentarios equipo que se va a torneo en puerto rico	Exacto Jonathan y cada vez que este equipo se va a esta clase de torneos, nos representan de la mejor manera, y si no están en la final, al menos traen el cupo a mundial, esperemos este	x		Bello

			no sea a excepción			
47	20:39:15	manda	bueno Jonathan te comento que nos tenemos que ir a un corte musical y regresamos con más de Afición deportiva, volvemos	x		bello
48	20:39:30	Inicio pausa musical	Fondo musical Canción ACDC/High way the hell		x	
49	20:40:00	Pausa musical	Soda Stereo/ tratamiento suavemente		x	
50	20:43:25	Pausa musical	La Ley/ el duelo		x	
51	20:48:50	Pausa musical	Incubus/ drive			
52	20:52:03	Regreso pausa musical	Fondo musical Canción ACDC/High way the hell		x	
53	20:52:20	Vuelta de pausa y comentarios sobre Torneo de vóley	Regresamos amigos a nuestro último bloque, y hablaremos sobre un gran evento que se efectuará en las playas de Salinas, se trata de campeonato femenino copa Movistar de Vóley 2015, con la participación de 24 equipos entre ellos 2 internacionales, USA y México	x		Bello
54	20:53:00	comentarios sobre Torneo de vóley	Andrés, Cabe destacar que en este torneo estará participando el equipo nacional de Vóley que se prepara para sus próximos eventos y esto le sirve de mucho para el próximo año que si Dios lo permite podrían ir a JJOO si llegan a completar el puntaje para estar en este gran	x		Andramuño

			certamen.			
55	20:53:30	comentarios sobre Torneo de vóley	Exacto, estos torneos siempre servirá para que todos los equipos se fogueen, no solo a los más grandes, también a los considerados pequeños, que casi siempre dan la sorpresa estos clase de eventos, aunque el equipo que viene de USA también es muy fuerte es más, allá en USA se le da más apoyo a estos deportes que al mismo fútbol y es por ello de sus grandes deportistas, de todas maneras daremos total apoyo a nuestros equipos en este certamen	x		Bello
56	20:54:00	comentarios sobre Torneo de vóley	Exacto, y el primer lugar se llevará un jugoso premio monetario de más de 10.000 dólares, y para todos los que quieran ir a observar del buen vóley las entradas son totalmente gratis, así que todos volcados este 28 de noviembre que cuando se inaugura este torneo y que finaliza el 6 de diciembre.	x		Andramuño
57	20:55:30	Inicio comentarios medallista y clasificación a JJOO	Y antes de finalizar nuestro programa, hay que comentar sobre la gran participación de Esteban Enderica quien ganó plata y gracias a ello se logra clasificar a los JJOO que se realizaran el RIO el próximo año	x		Bello

58	20:55:50	comentarios medallista y clasificación a (JJOO)	Así es, el ecuatoriano logra un excelente tiempo 1h54:07 para lograr llevarse la medalla de plata ante grandes deportistas incluso estuvo oro encima del último ganador de oro en Toronto Peterson, quien llegó cuarto	x		Andramuño
59	20:56:20	comentarios medallista y clasificación a JJOO	Este es un gran augurio para nuestro nadador y esperemos haga una excelente participación el próximo año en RIO	x		Bello
60	20:56:40	comentarios medallista y clasificación a JJOO	Y ahora Enderica se suma a la gran lista de 14 ecuatorianos que asistirán a los JJOO y esperemos que se suman más y que no solo vayan sino que también regresen con una medalla	x		Andramuño
61	20:57:00	Despedida del programa	Bueno Andrés esto ha sido todo por hoy esperemos que a todos les haya gustado todo lo compartido y que mañana nos vuelvan a acompañar, ¿qué tal la pasó sr. Andrés?	x		Andramuño
62	20:57:20	Despedida del programa	Muy bien sr. Andramuño encantado una vez más de estar junto a ud. y a todos nuestros amables radio escuchas y esperando mañana nos vuelvan a sintonizar por Radio Laica	x		
63	20:57:50	Despedida del programa	Exactamente y no se olviden de seguirnos en redes sociales de sintonizar nuestra radio y de estar pendientes de la participación de todos	x		

			nuestros deportistas y como siempre lo decimos, muchas gracias por estar con nosotros pasen bien nos vemos mañana en Afición Central, buenas noches			
65	20:58:20	Fondo Musical	Fondo musical Canción ACDC/High way the hell		x	
65	20:59:00	Spot de despedida	Afición deportiva		x	

4.12.1 Escaleta

#	Hora	Título	Detalle	Vivo - Grabado		Duración	Locutores
1	20:00	Spot del programa	Cabina Deportiva		x	0:15 seg	Andramuño, Bello
2	20:01	presentación	Saludo de los locutores	x		0:4 min	Andramuño, Bello,
3	20:05	Presentación de los temas	Avances	x		0:3 min	Andramuño, Bello
4	20:08	Básquet	Comentarios	x		0:12 min	Andramuño, Bello
5	20:20	Vóley	Campeonatos estadísticas	x		0:4 min	Andramuño, Bello
6	20:24	Tenis de mesa	Campeonatos estadísticas	x		0:6 min	Andramuño, Bello
7	20:30	Primer corte	Música / publicidad		x	0:5 min	Andramuño, Bello
8	20:35	Al aire: Beisbol	Campeonato estadísticas	x		0:7 min	Andramuño, Bello
9	20:42	Box	Medallistas, estadísticas, torneos	x		0:6 min	Andramuño, Bello
10	20:48	Segundo corte	Música / publicidad		x	0:5 min	Andramuño, Bello
11	20:53	Al aire: natación	Torneos, estadísticas	x		0:7 min	Andramuño, Bello
12	21:00	Despedida del programa	despedida	x		0:2 min	Andramuño, Bello

4.13 .- Bibliografía

- Albizú, E. (18 de junio de 1992). *El Plan de comunicación interna, un paso adelante*. Recuperado el 6 de mayo de 2015, de *Revista LATina de Comunicación Social*: <http://www.ull.es/publicaciones/latina>
- Andersen. (2002). *Administrative communication*. Inglaterra: Pardley.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacionnal interna*. Madrid: Gesbiblo. Cash, A. (2002). *Psicología para dummies*. Bogotá: Norma. Cohen, G. (1991).
- ARRANZ, Juan Antonio. *Historia y Técnica de la Radio- en línea*.
- ASUMAN, Carti; BENOIT, Phillips, O'DONELL, Lewis B. *Periodismo Deportivo Producción en la Radio Moderna Bogotá: Editorial Voluntad*.1993.75 p.
- Aguado, X. (1993). *Eficacia y técnica deportiva. Análisis del movimiento humano*. Barcelona: Inde.
- Aracil, J. (1986). *Máquinas, sistemas y modelos. Un ensayo sobre sistemática*. Madrid: Tecnos.
- Barnard, C. I. (1948). *Comunicación e información*. En B. Chester, *Comunicación e información* (pág. 215). Madrid.
- Bartoli, A. (1992). *Comunicación y Organización. La organización comunicante y la comunicación organizada*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Berlo, K. D. (1986). *Redes de la comunicacion*. México: Norma.
- Balagué, N. (2004). *Hacia una comprensión compleja del rendimiento deportivo*. III Congreso Vasco del Deporte, Vitoria.
- Bernaola-Galván, P. (2002). *Segmentación de señales cardíacas*. Actas del Congreso No lineal, dinámica no lineal en la naturaleza y en la técnica Cuenca: Universidad de Catilla-La Mancha.
- Bernstein, N. A. (1989). *Fisiología del movimiento*. Roma: Societa Stampa Sportiva.
- Bosco, C. (1994). *La valoración de la fuerza con el test de Bosco*. Barcelona: Paidotribo.
- Carballeda, M. y. (2003). *Funcionamiento comunicacional*. En M. y. Carballeda. Buenos Aires.
- Checa, F. (22 de agosto de 2004). *El Chasqui*. Recuperado el 15 de mayo de 2014, de *El Chasqui*: www.elchasqui.com
- Costa, J. (1999). *La comunicación en acción*. Barcelona: Paidós.
- D E Johnson, K. H. (1998). *Administracion del comportamientpo prganizacional*. Mexico: Prentice Hall. Espar, X. (2002). *Relaciones preferenciales en el entrenamiento integrado en Balonmano*. *Rendimiento Deportivo.Com*, (3).
- CREEL, Mercedes Charles. *Los medios de comunicación en la construcción de los jóvenes*. Bogotá: Biblioteca Pontificia Universidad Javeriana., 1994.120p.
- Dietrich, C. N. (1997). *La Sociedad Global*. La Habana: Editora Abril.
- Ecuafútbol. (s.f.). F.E.F. Obtenido de http://www.ecuafutbol.org/web/jugadores_habilitados.php?cate=1

- F.E.F. (Junio de 2015). Obtenido de <http://www.culturaenecuador.org/artes/personajes-de-chimborazo/193-los-inicios-de-la-radiodifusion-en-ecuador-radio-el-prado.html>
- Fernández, F. (1992). *Comunicación existencial*. En F. Fernández, *Recursos humanos e información entre seres*. Mexico.
- Formanchuk. (2012). *La empresa comunicada*. USA.
- García Ferrando, M.; Puig i Barata, N.; Lagardera Otero, F. *Manual de Sociología del deporte*. Alianza editorial, S.A. Madrid, 1998.
- Gutiérrez, A. (2002). *El conocimiento previo de los errores en el aprendizaje de las habilidades gimnásticas del aeróbic deportivo*. Tesis doctoral, Universidad de Granada, Granada.
- García Ferrando, M.; Puig i Barata, N.; Lagardera Otero, F. *Manual de Sociología del deporte*. Alianza editorial, S.A. Madrid, 1998.
- Heinemann, K. *Tendencias de la Investigación Social aplicada al Deporte en Políticas Deportivas e Investigación Social*. Ed. Gobierno de Navarra. Pamplona, 1997
- KOTTACK, Philip C. *Antropología cultural: espejo de la humanidad- España: Mc Graw Hill*.2002.p12
- Mascaray, J. E. (2000). *Más allá de la comunicación interna, La intracomunicación*. Barcelona: Ediciones gestión S.A.
- Ordóñez Pérez, D. (1999). *El Quiteño libre: el más espectacular periódico de oposición de la República*. Quito: Abya-Yala.
- Ortiz. (2001). *Mercadeo en la comunicación*. Mexico: Norma.
- RODRIGO, M. (2001). *Teorías de la Comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. En R. M., *Teorías de la Comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas* (págs. 11 - 101). Barcelona: UAB.
- Romo, G. (1987). *La Radio que comunica la pasión del hombre*. En G. Romo, *La Radio y sus facetas* (págs. 41, 42, 43). Madrid: Origen .
- Principio de la administración moderna*. New york: Mc graw Hill. León, A. (2005). *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. México: UMUSA. Marín, L. (1992).
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. En S. Robbins, *Comportamiento Organizacional* (págs. 571-579). México: Pearson.
- Sabino, C. (2005).
- Sociología de la empresa*. Madrid: Ibérico europea. Ramírez, T. (2004). *Cómo realizar el proyecto de investigación*. Caracas: Contexto editores. Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.
- Sornoza, E. (1995). *Herramientas de Comunicación*. Colombia: Mann.
- Troyano, H. (1999). *Periodismo cultural y Cultura del periodismo*. Mexico: Ariel.
- TAMAYO y TAMAYO Mario, *El Proceso de la Investigación Científica*, 3ed, Mexico: Limusa, 1995 p.ISBN:968:184752-0
- VELEZ, Beatriz, *Balompíe o ¿Varón Pie? Simbólica del cuerpo 2004 Madrid*. Varios, A. (2005). *La Responsabilidad Social Empresarial como Generadora de*. Editorial CCRE.

Villafañe, J. (1999). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Warren, C. (1979). *Géneros Periodísticos Informativos*, Nueva Enciclopedia de la Noticia. España: Habper and Row publishers.

4.13.1 REFERENCIAS ELECTRONICAS

Lugares en la web donde se haya extraído información.

Revistas y Periódicos.

Revista Ecuador Debate, edición No.43, CAAP, 1998.

Diario El Comercio, Quito-Ecuador, 8 de noviembre del 2001.

Diario Último Noticias, Quito-Ecuador.

Revista Chasqui, edición No. 53, marzo 1996.

Revista Sociedad, edición No. 22, Manantial, 2003.

Documentos consultados en internet

usinfo.state.gov/journal/itsu/1203/ijss/smith.htm

www.efdeportes.com/efd42/mujer.htm

www.iwg_gti.org/s/

www.paud.org.ve/temas/genero.asp

www.ciberfeminista.org/gender.borderhack/fronteras_genericas.html

www.ciberfeminista.org/gender.borderhack/desigualdad.html

4.14 Anexos

ENCUESTA

Edad

¿Escucha programas radiales?

Mucho Poco Muy Poco

¿Si se creara un programa donde se traten diversos deportes, cual preferiría?

Basket	<input type="text" value="10"/>	Béisbol	<input type="text" value="30"/>	Ping pong	<input type="text" value="20"/>
Tenis	<input type="text" value="26"/>	Box	<input type="text" value="11"/>	Atletismo	<input type="text" value="9"/>
Voleibol	<input type="text" value="13"/>	Natación	<input type="text" value="2"/>	Artes marciales	<input type="text" value="15"/>
Levantamiento de pesas (halterofilia)	<input type="text" value="10"/>				

Otros _____

Tiro con arco	2	Póker	1	F1	3	Golf	2
Rugby	1	F. Americano	1	Sóftbol	8	Golf	1
BMX	1						

¿En qué horario le gustaría escuchar el programa deportivo?

09:00 – 10:00	<input type="text" value="94"/>	12:00 – 13:00	<input type="text" value="29"/>
16:00 – 17:00	<input type="text" value="18"/>	19:00 – 20:00	<input type="text" value="26"/>

VALIDACIONES



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
De Guayaquil
Facultad de Ciencias sociales y Derecho
Carrera Periodismo

Guayaquil, 29 de octubre de 2015

Sr. Lcdo. MSc.

José Luis Férez, **Tutor**

Facultad de Ciencias sociales y Derecho, Carrera Periodismo

En su despacho.-

De mis consideraciones:

La presente tiene por objeto informarle que a pedido de los egresados **ORLANDO ANDRÉS BELLO MARTINEZ Y JONATHAN ANDREE ANDRAMUÑO GERMAN**, el día 28 de octubre del presente año, y en mi calidad de docente de la ULVR, se me solicitó la validación de la Propuesta del Proyecto de Investigación titulado: "AFICION DEPORTIVA", el cual consiste en una programación deportiva radial emitida en internet de lunes a viernes en la señal online de Radio Laica HD, por lo que expongo el siguiente informe:

ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN														OBSERVACIONES				
	Indica CLARAMENTE el objeto de estudio		Expone CON CRITERIO el tema		Guarda COHERENCIA con las preguntas de investigación		Expresa ORDENAMENTE lo que quiere lograr en la investigación		Da razones OBJETIVAS relacionadas al estudio, tema y problema planteado		Define CORRECTAMENTE conceptos involucrados en el problema		Adopta ADECUADAMENTE fórmulas de solución		Realiza CON CLARIDAD Y PRECISIÓN la redacción del tema		Debe mantenerse	Debe modificarse	Debe eliminarse
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	Dma	Dmo	Delm		
TITULO	X				X												X		
FUNDAMENTACION	X						X							X			X		
FACTIBILIDAD	X				X		X						X	X			X		
JUSTIFICACION	X		X						X					X			X		
OBJETIVOS	X		X				X							X			X		
ESTRUCTURA EXTERNA					X						X			X			X		
ESTRUCTURA INTERNA					X						X			X			X		
RECURSOS									X				X	X			X		
INFRAESTRUCTURA	X												X				X		



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
De Guayaquil
Facultad de Periodismo

En resumen se cumple con:

Validez				
Observaciones Generales				
Según el registro de observaciones hace aplicable la propuesta				
Aplicable	X	No Aplicable		Aplicable atendiendo a las observaciones
Validado por	Federico Varas		C.I. 0918586306	
Teléfono			E-mail: fvarasc@ulvr.edu.ec	

Atentamente.

Lcdo. Federico Varas, Msc.

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
De Guayaquil
Facultad de Ciencias sociales y Derecho
Carrera Periodismo

Guayaquil, 29 de octubre de 2015

Sr. Lcdo. MSc.

José Luis Férrez, **Tutor**

Facultad de Ciencias sociales y Derecho, Carrera Periodismo

En su despacho.-

De mis consideraciones:

La presente tiene por objeto informarle que a pedido de los egresados **ORLANDO ANDRÉS BELLO MARTINEZ Y JONATHAN ANDREE ANDRAMUÑO GERMAN**, el día 28 de octubre del presente año, y en mi calidad de docente de la ULVR, se me solicitó la validación de la Propuesta del Proyecto de Investigación titulado: "AFICION DEPORTIVA", el cual consiste en una programación deportiva radial emitida en internet de lunes a viernes en la señal online de Radio Laica HD, por lo que expongo el siguiente informe:

ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN																OBSERVACIONES		
	Indica CLARAMENTE el objeto de estudio		Expone CON CRITERIO el tema		Guarda COHERENCIA con las preguntas de investigación		Expresa ORDENAMENTE lo que quiere lograr en la investigación		Da razones OBJETIVAS relacionadas al estudio, tema y problema planteado		Define CORRECTAMENTE conceptos involucrados en el problema		Adopta ADECUADAMENTE fórmulas de solución		Realiza CON CLARIDAD Y PRECISIÓN la redacción del tema		Debe mantenerse	Debe modificarse	Debe eliminarse
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	Dma	Dmo	Delm
TITULO	X				X												X		
FUNDAMENTACION	X						X								X		X		
FACTIBILIDAD	X				X		X						X		X		X		
JUSTIFICACION	X		X						X						X		X		
OBJETIVOS	X		X				X								X		X		
ESTRUCTURA EXTERNA					X							X			X		X		
ESTRUCTURA INTERNA					X							X			X		X		
RECURSOS									X					X	X		X		
INFRAESTRUCTURA	X													X			X		



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
De Guayaquil
Facultad de Periodismo

En resumen se cumple con:

Validez				
Observaciones Generales				
Según el registro de observaciones hace aplicable la propuesta				
Aplicable	X	No Aplicable		Aplicable atendiendo a las observaciones
Validado por	Juan De La Cruz		C.I. 0909502296	
Teléfono			E-mail: jdelacruz@ulvr.edu.ec	

Atentamente.

Lcdo. Juan de La Cruz Ormaza.