

CAPÍTULO I

1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo influye el apoyo que brindan los programas radiales deportivos al fútbol profesional de la ciudad de Quevedo, provincia de Los Ríos?

1.2. TEMA

El apoyo que brindan los programas deportivos radiales al fútbol profesional.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy las cosas han cambiado y las costumbres también y, con mínimas excepciones, manda la opinión, aunque muchas veces no esté argumentada en una buena investigación, en el seguimiento exhaustivo de la noticia y en la comprobación de datos. No tiene toda la culpa el radiofonista, palabra que además está casi proscrita. Simplemente, el medio ha cambiado, las fuentes se han ido secando merced al uso y abuso, sus portadores las guardan con sigilo o las reparte sesgadas y a

quienes interesa y se ha perdido espontaneidad, cercanía, capacidad para insistir y sacrificio.

La enorme, desaforada proliferación de espacios deportivos, obliga a sus presentadores a trabajar la mayoría de las veces, por no decir casi siempre, sobre bases en las que imperan la suposición, los rumores cogidos por los pelos, la duda, ambigüedad y donde, naturalmente, la OPINIÓN reina. Resultado sin duda muchas más sencillo opinar impunemente, y si es en coro mucho mejor, que buscar, bucear, comprobar, acudir a las fuentes, sopesar, contrastar y sacar conclusiones. No hay tiempo, es duro y fatigoso y apenas se considera necesario. Hoy en día los programas deportivos, en su gran mayoría, son PROGRAMAS DE AUTOR. Ya no parece tan importante LO QUE SE DICE, si no QUIEN LO DICE. Ya no resulta tan vital decir la verdad con argumentos extraídos de datos contrastados, si no la verdad de cada uno, conseguida a base de un par de llamadas telefónicas a personajes adictos o amigos, el susurro de un colega, la buena fe de un conocido o lo que llega a través de las páginas web, que es el medio que han elegido, además de la Agencia, los estamentos, clubes, Federaciones y hasta personajes, para contar lo que les interesa que se sepa y que cada cual extraiga sus conclusiones. Y por ahí, por esa mezcla de opciones, se va perdiendo la verdad y creciendo la conjetura.

1.3.1. Problemas específicos

¿De qué manera la cobertura que brindan los programas deportivos radiales influye en el fútbol profesional?

¿Porque el periodismo investigativo que realizan los programas deportivos radiales influye en el fútbol profesional?

1.4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Nivel Delimitador Temporal

La presente investigación se la realizará en el año 2010

1.4.2. Nivel Delimitador Espacial

El presente estudio de investigación se lo aplicará a los periodistas, deportistas y ciudadanía del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos.

1.4.3. Unidades de Observación.

- Periodistas programas deportivos.
- Futbolistas profesionales.
- Ciudadanía en general.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Analizar cómo influye el apoyo que brindan los programas radiales deportivos al fútbol profesional de Los Ríos.

1.5.2. Objetivos específicos.

Conocer de qué manera la cobertura que brindan los programas deportivos radiales influye en el fútbol profesional.

Determinar porque el periodismo investigativo que realizan los programas deportivos radiales influye en el fútbol profesional.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Es difícil hablar de un programa radial deportivo, porque un programa deportivo más allá de interpretaciones cerradas y porque la información deportiva es tan variada, sutil y cambiante, que se me antoja problemático marcar un tono, un estilo o una escuela. Hoy en día, los programas, y me refiero exclusivamente a los deportivos aunque podría aplicarse a cualquier materia, han perdido el equilibrio entre OPINIÓN e

INFORMACIÓN. Hace años y puedo permitirme el lujo de hablar de ello con argumentos vividos, primaba la INFORMACIÓN por encima de cualquier otro aspecto. La opinión era, muchas veces, un recurso, más o menos valorable y creíble, según quien la expresara.

O sea: pérdida de información y progreso de la opinión. Eso, aunque muchos o la mayoría creen que hace ganar credibilidad, no es cierto. Pero, por otro lado, el oyente se ha ido acostumbrando a participar porque su aportación cubre tiempo, ahorra esfuerzos de imaginación y hasta creo que son los propios oyentes quienes cada vez son menos exigentes y lo que quieren oír es lo que a ellos les interesa o gratifica. No quieren que seamos honrados. Quieren que les digamos lo que desean escuchar. Han arrancado al profesional, con la complacencia de éste, el bendito y legítimo derecho a la crítica sin colores.

Sucede además que el oído se ha ido acostumbrando a la broma sin medida, incluso a las palabras y expresiones soeces, al sarcasmo sin estilo o al halago absurdo, todo ello anclado en fobias y filias que cada día se hacen más ostensibles y donde se ha perdido la capacidad de sonrojarse, el sentido de la medida y el equilibrio. Pesa cada día más el medio y menos el factor equipo, para dar paso a la estrella más o menos avalada y sostenida por una empresa. Si la empresa es fuerte, poderosa e influyente, el divo de turno recibirá apoyos considerables y crecerá mientras los que manejan la cartera publicitaria o los recursos técnicos y

empresariales entiendan que es rentable. No hacen escuela, no enseñan, no divulgan. Es igual. Se trata de aprovechar la rentabilidad de un período de tiempo sin importar en exceso las cicatrices que dejen.

Por tales motivos es imprescindible determinar de qué manera los programas radiales deportivos apoyan al fútbol profesional de la provincia de Los Ríos, para poder generar alternativas que mejoren las coberturas y direccionen las investigaciones de los mismos para fortalecer el fútbol profesional de la Provincia.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Alternativas teóricas

La radio y los medios de comunicación

Los medios de comunicación son los soportes por los cuales se transmiten a la sociedad los acontecimientos, sucesos, e informaciones del día a día. Sobre ellos recae la gran responsabilidad de mantener informadas a las comunidades de personas.

Los responsables que realizan la tarea de la comunicación son los periodistas, quienes recogen y procesan la información para que ella llegue de la manera más clara posible al público. Además de informar los medios sirven para educar y entretener. (Sánchez, 1991:7)

Gracias a los avances tecnológicos, hoy cualquier persona puede mantenerse comunicada e informada. Generalmente los medios periodísticos existentes se clasifican en 4 grandes categorías. Con el avance de la ciencia y la tecnología muchas de estas formas tienen variaciones de sus modelos originales, a veces fusionándose y tomando

nuevas características. En general se pueden agrupar a los Medios de Comunicación Masiva existentes en la actualidad en las siguientes grandes categorías:

- *Escritos* (diarios, periódicos, revistas, etc.);

- *La radio*, que transmite la voz humana, sonidos, música, etc. La radio transmite en frecuencias Amplitud Modulada o AM, Frecuencia Modulada o FM, y Onda Corta.

- *Los que utilizan la imagen y el sonido*, como La Televisión y el Cine. La televisión se transmite en frecuencias abiertas; también por cable, y por señales codificadas.

- *Y los Medios Multimedia*, que combinan todos los elementos anteriores, escritura, sonido, imagen, en uno, como lo es la Internet.

(Wikipedia: En línea:

La radio, se han convertido en un vehículo de vital importancia en la comunicación del ser humano. Forma parte de la vida diaria del individuo, y continúa siendo desde su surgimiento un importante medio donde las personas pueden informarse, entretenerse y educarse. Por lo tanto se requiere de profesionales de la comunicación con una buena formación que respondan a las exigencias en cuanto a producción, creatividad y con una responsabilidad social y ética a la hora de realizar las programaciones.

Cada medio de comunicación tiene sus propias características. Se presentan estudios donde se indican las siguientes peculiaridades de la radio:

"La radio es un medio auditivo basado en la *comunicación oral*. Esto hace que las condiciones de recepción sean íntimas e individuales, lo que le otorga a la radio un gran *poder* de sugestión. Se caracteriza principalmente por la flexibilidad y la instantaneidad de la difusión de los mensajes.

La radio posee una temporalidad, un *código* comunicativo y un *lenguaje* propio.

Es un medio que requiere una menor *inversión* en medios técnicos y amortiza lo invertido, por lo que es el medio más asequible para todos los públicos.

Comparado con los otros medios, se dice que la radio cuenta la noticia, la *televisión* la enseña y el *periódico* la analiza.

Hay que captar la *atención* del oyente desde el primer momento.

La radio tiene credibilidad por sí misma.

Se caracteriza por su alta flexibilidad en los esquemas de producción.

Saca partido de la instantaneidad y rapidez del medio.

La temporalidad en la radio es inmediata.

La inmediatez y la brevedad son dos características básicas de la radio.

Se trata de informar o entretener, pero no aburrir, por lo que se otorga dinamismo a los contenidos.

La radio incentiva la imaginación del oyente que, a través de lo que escucha, escenografía en su mente la información que se le está contando. Esta escenografía mental se basa en el contenido de lo que se informa, pero, sobre todo, de cómo se dice. Como afirma Rudolf Arnheim "la voz implícita definición".

La capacidad de *interacción* con el oyente es limitada; éste no puede decidir el orden de las secciones como en los periódicos.

Permite ser escuchada en cualquier parte; el tamaño del *transistor* se ha reducido gracias a los *avances tecnológicos*, ventaja clave sobre la televisión.

Es un medio rico en contenidos.

La comunicación por radio es el medio que sustenta mayor futuro, pues debido a los problemas de gravedad en el espacio los *satélites* presentan un cierto grado de inconsistencia y *seguridad* a los usuarios potenciales de estos, además si existiere una falla en el sistema el error sería medido en millones de dólares".

Las características propias de la radio hacen que ella permanezca siendo uno de los medios más importantes. "Aunque la televisión se haya convertido en líder de audiencia, la radio no ha perdido ni perderá el encanto que produce escuchar su voz sin rostro, cercana, que se dirige a ti, a tus problemas, a tus ilusiones y a tus gustos" (Sánchez, 1991:25).

La radio consigue un amplio acercamiento al oyente. Aliada con el teléfono, hace que la comunicación entre el comunicador y el oyente sea instantánea y directa. Tiene también una oferta muy variada (Sánchez, 1991:25).

Como medio de comunicación tiene la ventaja, frente a otros medios, de poder trasladarse prácticamente a cualquier lugar de manera inmediata, gracias a los equipos móviles (una pequeña grabadora y un celular pueden llevarse a cualquier parte).

A cualquier hora del día y sin grandes problemas de programación, se puede interrumpir la emisión radial normal para dar noticias de última hora.

El hecho de que la noticia se narre en el preciso momento en el que se está produciendo, hace que la emoción y la sensación de cercanía del oyente sean mayores que los transmitidos por otros tipos de medios (<biblio>).

Hay también ventajas para el radioyente. Un receptor de radio puede llevarse a cualquier lado, y los aparatos tienen un costo muy reducido por lo que se puede tener uno en cada habitación de la casa, en la sala, en el dormitorio, en la cocina, incluso en el baño. También existen aparatos en cada automóvil; inclusive existen diminutos receptores que se pueden llevar en el ómnibus o al ir a realizar una caminata. "El hombre actual se mueve cada día más y al moverse no va con el televisor. Pero la radio sí puede llevarla, porque se oye desde cualquier sitio sin grandes condiciones técnicas y ocupa muy poco espacio" (Sánchez, 1991:28,29).

Hoy en día se cuenta con la enorme ventaja de que la mayoría de las emisoras radiales pueden ser sintonizadas en cualquier lugar del mundo, donde se cuente con un procesador conectado a la red de Internet.

Muchos compatriotas se comunican, informando que escuchan tal o cual radio paraguaya desde puntos tan distantes como España, Estados Unidos, Dinamarca o Singapur.

2.2. Desarrollo de categorías de análisis

Con más de 45 años de profesión, un programa radiofónico es la ciencia de hacer arte con la noticia. Un buen programa de radio necesita, primero, un equipo capaz de acortar la distancia, cada vez más alejada, entre los auténticos protagonistas y el oyente. En segundo lugar una comunicador capaz de transmitir sensaciones de veracidad, crédito y honradez no exentas, naturalmente, de un tono más o menos crítico, distendido, jovial, cercano y moderno y que, además, sepa de lo que habla, conozca el asunto y crea en lo que dice. Y en tercer lugar una audiencia a la que se ayude a escuchar a base de hacerles entender que lo que se les cuenta es lo que deben conocer para sentirse informados, entretenidos y acompañados.

El progreso ha dividido a los oyentes de radio en los que pretenden saber más, los que la utilizan como un rápido medio para conocer lo que sucede, los que sólo creen los que les dice aquel en el que confían o incluso los que creen saber más de lo que se trata que el propio radiofonista. Por eso, y tras casi treinta mil programas deportivos pensados, trabajados, realizados y presentados, entiendo que es imprescindible la buena estructura, la variedad de temas, el tratamiento integro de la noticia, la capacidad de convencer de la sinceridad de lo que se dice y un poder para traspasar las candilejas que se tiene o no se tiene, es imposible inventarlo o aprenderlo y que convierte al programa en una pequeña obra de arte. La opinión debe ser justa y justificada, la información verídica y sin sesgos y el ritmo el adecuado para el modelo de audiencia que se busca.

La mal llamada dinámica confundiéndola con urgencia, celeridad y grito, sólo puede ser asumida por quienes gustan más de las formas que del fondo. El ritmo es otra cosa y siempre es cómplice de la inflexión de voz, los matices, el manejo correcto del lenguaje, el reparto adecuado de minutos, el apoyo de otras voces y la ausencia de palabrería soez o de mal gusto. Se hace imprescindible el respeto al que oye o escucha, porque el primero nos concede su tiempo y el segundo su atención. El programa radiofónico deportivo se hace cada día más necesario metidos de llenos en la generación del ocio que vivimos, pero prescindible si se le frivoliza, politiza o se convierte en un foro de esquizofrenias donde cada

cual dice lo que le da la gana sin reparar en el daño que puede hacer. Hay que ser divertido sin irritar, de opinión con mesura y argumentos y por encima de todo, informativo y con datos para permitir al oyente extraer sus propias conclusiones e ir formando su opinión, que es una de las características fundamentales del buen radiofonista.

Radio moderna no debería significar radio desgarrada, irrespetuosa y dogmática. El gran problema, y la solución no es fácil, es que hoy en día habla por la radio cualquiera, todo es muy cómodo y se han desbordado los cauces del buen gusto, porque la subjetividad interesada es cada vez mayor y a la postre, sólo vale la cuenta de resultados. Como siempre, claro. Pero ahora de manera salvaje y sin apenas respetar nada. La radio, en fin, sólo ha mejorado técnicamente. Su progreso ha sido y sigue siendo enorme en ese sentido. Pero quienes la hacen no tienen el carisma, la capacidad y los conocimientos necesarios, en la mayoría de los casos, para ponerse ante un micrófono y dar opinión. Me temo que se ha perdido el respeto al medio y al propio oyente.¹

Producción radial

La radio como medio de comunicación

¹ www.radiofonistas.org/index.php?option=com... -

Las características específicas de la radio como medio de comunicación, influyen poderosamente sobre la concepción y la elaboración de cualquier producto radiofónico. Nada de lo que se crea para radio escapa de la mediación técnica y humana que impone el canal de transmisión, por lo que siempre que se plantee la construcción de un mensaje se tendrá que tener en cuenta aspectos como la fugacidad, la secuencialidad, la inmediatez, la heterogeneidad de la audiencia, etc.

Recuerda que en un medio como la radio hay que escribir y hablar para el oído, o sea, construir y transmitir textos claros y directos, que siendo percibidos acústicamente, puedan ser decodificados con facilidad por el oyente.

Para realizar un programa de radio sólo se dispone de cuatro códigos (radiosemas) que integran el:

Cuadrilátero de la radio

“El lenguaje radiofónico es el conjunto de elementos que intervienen en la radio para crear imágenes”.

Estas imágenes auditivas estimulan la mente del oyente y se transforman en representaciones visuales.

Los elementos que intervienen en la creación de imágenes sonoras son:

Cuadrilátero de la radio Silencio Ruidos o efectos Música Palabra

La palabra

Es el signo principal y predominante de la radio. Es sonido articulado y debe serlo con máxima claridad. Muchos son sus recursos: el color, la dinámica, la inflexión, la personalidad vocal, la textura.

La palabra radiofónica es palabra imaginada

Tres reglas de oro

1. No hablar de lo que no se conoce.
2. No salirse del tema.
3. Aprender a liberarse físicamente.

Quien se desempeña en radio debe aprender a pensar con el oído, a redescubrir el sonido y la musicalidad de todo.

Algunos consejos:

Entrenarse todas las mañanas con una corta improvisación en voz alta.

Meditar el discurso en voz alta, si es posible (tanto la forma como el fondo).

Escuchar buenos oradores.

Hablar mucho.

Cuidar la dicción.

Llenar los oídos de bellos períodos sonoros.

Tener la audacia de enfrentar al auditorio a menudo.

La música

Se presenta como un caso particular de comunicación no figurativa, constituida por elementos abstractos.

Es un idioma en sí.

Tiene diversas funciones:

“La música, como todo arte, es bella porque logra evocar todas las imágenes que están dormidas en nosotros” (Antonio Blanco Ruiz)

Funciones de la música Ambientación Puntuación Recreación

Tipos de inserciones musicales Inserciones musicales Sintonía
Introducción Cierre musical Cortina musical Ráfaga Golpe musical Tema
musical

El ruido

Es el sonido inarticulado. Son los sonidos producidos por la voz humana o por las cosas que no son ni palabra ni constituyen música.

Cumple la función de verosimilitud y ambientación objetiva que impregna la configuración imaginativo-visual del radio-oyente de una sensación de realidad.

Ambiente: se aplica a un cuadro real y que se obtiene generalmente mediante ruidos (ambiente de granja, de estación).

Atmósfera: aplicada a una totalidad psicológica, muy a menudo sugerida por la música (atmósfera de alegría, de misterio)

La asociación del efecto sonoro descriptivo con una determinada situación expresiva o afectiva construye una convención sonoro-narrativa. Este tipo de asociaciones convencionales se construyen sobre la base de arquetipos universales o imágenes arquetípicas que la

asociación habitual integraría en cada código particular de expresión y representación de la realidad

SE DEBEN EVITAR LOS CLICHÉS Y LA OSCURIDAD SONORA

Los efectos especiales o ruidos sirven para:

Estimular la memoria y pintar escenas y tienen tres características:

- A) Consistencia
- B) Realismo
- C) Simplicidad.

Funciones de los efectos sonoros
Funciones Ambiental o descriptiva
Expresiva Narrativa Ornamental
Elemento subsidiario de la palabra o música
Da connotación expresiva
Su presencia es sustantiva en la narración
Da armonía al conjunto sonoro

El silencio

La palabra no tendría significado si no pudiera ser expresada en secuencias de signos constituidos en unidades: silencio/sonido/silencio.

El silencio: características

Deviene forma no sonora y signo. Delimita núcleos narrativos o sintagmáticos. Construye un movimiento afectivo.

El oyente no suele aceptar la ausencia de sonido e interpreta al silencio como “ruido”, o sea, como información no deseada.

En otro contexto el silencio suele producir una sensación de incomodidad en ciertos interlocutores.

Como estrategia comunicativa produce un desesperado intento de llenar su vacío con la palabra.

El silencio, o ausencia de sonido, cuando es medido e intencionado posee un efecto movilizador generador de ideas y sensaciones.

Es un valioso recurso expresivo.

Pero, si el silencio es imprevisto o dilatado puede ser perjudicial y provocar la fuga del oyente. Se transforma en BACHE

El lenguaje radiofónico

“Música, voz, efectos especiales, ruidos, silencios, sonidos puros. Todos estos sonidos de la radio pueden conjugarse para traducirse en efecto especial: la atmósfera acústica (AA)”

En síntesis: Percepción radiofónica Recursos técnicos expresivos de la reproducción sonora

Palabra

Música

Efectos especiales²

El fútbol profesional en la ciudad de Quevedo

Deportivo Quevedo realizó una de las peores campañas de su historia.

La falta de un grupo directivo homogéneo y estable, la carencia de recursos económicos, la presencia de cuantiosas deudas que hasta el momento no han sido subsanadas; fueron las principales causas, para que el Deportivo Quevedo descendiera de categoría

² www.slideshare.net/.../produccion-radiofonica-sesion-1

Pésima campaña

Los pésimos resultados en lo deportivo conspiraron para que el que hasta el año pasado fuera el único representante de la provincia de Los Ríos en el fútbol profesional de nuestro país, realizara una de las peores campañas de su historia desde su aparición en el balompié nacional (solo 19 puntos en las dos etapas)

Muchas personas pasaron

El interminable desfile de entrenadores, (9 en total) y dirigentes, que utilizaron al equipo rojo y azul como el loby de un hotel, puesto que llegaron y se fueron cuando a ellos les pareció conveniente, agravó aún más la precaria situación que terminó con el descalabro total.

Algunos no aportaron

En cuanto al grupo de jugadores: El cuerpo técnico desde inicio de temporada no realizó un escogitamiento acertado de los futbolistas que actuaron durante el 2006, muchos elementos no aportaron lo que se esperaba, además nunca se pudo observar el equipo definido, ya que debido a la inestabilidad de los entrenadores, las formaciones variaban en cada partido

Finalmente en el epílogo del equipo, cuando la suerte estaba echada y la pérdida de la categoría era irremediable algunos futbolistas abandonaron el plantel, dejando la responsabilidad de afrontar los últimos cotejos a los elementos locales y juveniles.

Campaña

En 36 partidos

Puntaje

En la primera etapa obtuvo 9 puntos

En la segunda etapa obtuvo 10 puntos

Goles conseguidos:

Primera etapa 20 goles

Segunda etapa 10 goles

Goles recibidos:

Primera etapa 34 goles

Segunda etapa 28 goles

Entrenadores

Temporada 2006

Marco García	(duró tres meses)
Sergio Guzmán	(permaneció dos meses)
Raúl Duarte	(duró un mes)
Alfonso Uribe	(fue técnico un mes)
Carlos Calderón	(solo estuvo tres días)
Oscar Palas	(permaneció una semana)
Cristóbal Quintana	(estuvo 5 semanas)
Germán Laborde	(permaneció hasta el final)

Dirigencia

Durante el año

Aso de Fútbol

Alex Anchundia

Hernán Restrepo (colombiano)

Gustavo Campi

Antonio Jácome³

³ www.lahora.com.ec/.../D._Quevedo_se_despidió_del_fútbol_profesional.html

2.3. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS

2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL

El apoyo que brindan los programas radiales deportivos mejora el fútbol profesional de Los Ríos.

2.3.2. HIPÓTESIS PARTICULARES.

La cobertura que brindan los programas deportivos radiales mejora el fútbol profesional.

El periodismo investigativo que realizan los programas deportivos radiales mejora el fútbol profesional.

2.4. Variables

2.4.1. Variables independiente

El apoyo que brindan los programas radiales deportivos

La cobertura que brindan los programas deportivos radiales

El periodismo investigativo que realizan los programas deportivos radiales

2.4.2. Variables dependiente

Mejora el fútbol profesional.

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
El apoyo que brindan los programas deportivos radiales al fútbol profesional.	<p>GENERAL</p> <p>¿Cómo influye el apoyo que brindan los programas radiales deportivos al fútbol profesional de Los Ríos?</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>¿De qué manera la cobertura que brindan los programas deportivos radiales influye en el fútbol profesional?</p> <p>¿Porque el periodismo investigativo que realizan los programas deportivos radiales influye en el fútbol profesional?</p>	<p>GENERAL</p> <p>Analizar cómo influye el apoyo que brindan los programas radiales deportivos al fútbol profesional de Los Ríos.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>Conocer de qué manera la cobertura que brindan los programas deportivos radiales influye en el fútbol profesional.</p> <p>Determinar porque el periodismo investigativo que realizan los programas deportivos radiales influye en el fútbol profesional.</p>	<p>GENERAL</p> <p>El apoyo que brindan los programas radiales deportivos mejora el fútbol profesional de Los Ríos.</p> <p>ESPECIFICAS</p> <p>La cobertura que brindan los programas deportivos radiales mejora el fútbol profesional.</p> <p>El periodismo investigativo que realizan los programas deportivos radiales mejora el fútbol profesional.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>-El apoyo que brindan los programas radiales deportivos</p> <p>-La cobertura que brindan los programas deportivos radiales</p> <p>-El periodismo investigativo que realizan los programas deportivos radiales</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>- Mejora el fútbol profesional.</p>	<p>-Existencia</p> <p>-Tipo de apoyo</p> <p>-Existencia</p> <p>- Tipos de coberturas</p> <p>-Existencia</p> <p>-Resultados</p> <p>-Consecuencias</p> <p>-Situación</p> <p>-Condición según coberturas e investigación.</p>

Operacionalización de variables de la hipótesis

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
<p>Tecnologías de la información y la comunicación</p> <p>La aparición a mediados de los años 90 de las llamadas nuevas tecnologías entre las que se incluyen el ordenador, el teléfono móvil e Internet, ha producido una verdadera revolución social; principalmente, porque nos ofrecen posibilidades de comunicación e información con el mundo y posibilitan el desarrollo de nuevas habilidades y formas de construcción del conocimiento que anteriormente eran desconocidas y que además nos plantean nuevos desafíos sociales que debemos asumir de forma responsable.</p>	<p>Programas deportivos radiales</p> <p>Apoyo</p> <p>Coberturas</p> <p>Periodismo investigativo</p> <p>Fútbol profesional</p>	<p>-Existencia</p> <p>-Tipo de apoyo</p> <p>-Existencia</p> <p>-Tipos de coberturas</p> <p>-Existencia</p> <p>-Resultados</p> <p>-Consecuencias</p> <p>-Situación según coberturas e investigación.</p>	<p>-¿Existen programas deportivos radiales? Si No A veces</p> <p>-¿Los programas deportivos radiales apoyan al fútbol profesional? Si No A veces</p> <p>-¿Los programas deportivos radiales cubren el desarrollo del fútbol profesional de la provincia? Si No A veces</p> <p>-¿La cobertura de los programas deportivos radiales al fútbol profesional de la provincia es suficiente? Si No A veces</p> <p>-¿Existe investigación en los programas deportivos radiales? Si No A veces</p> <p>-¿Se han obtenido buenos resultados de las investigaciones de los programas deportivos radiales? Si No A veces</p> <p>-¿Las investigaciones de los programas deportivos radiales han proporcionado información para mejorar el fútbol profesional de la provincia? Si No A veces</p> <p>-¿El fútbol profesional de la provincia ha mejorado en los últimos años? Si No A veces</p> <p>-¿La situación del fútbol de la provincia es por falta de apoyo de los programas deportivos radiales? Si No A veces</p>	<p>ENCUESTAS</p> <p>ENTREVISTA A AUTORIDADES,</p> <p>DOCENTES Y ALUMNAS</p> <p>OBSERVACIÓN</p>

CAPITULO III

3. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

En la presente investigación se empleó la modalidad de campo y documental:

De campo porque se realizaron encuestas a funcionarios, autoridades y ciudadanía en general del cantón Quevedo, y documental por apoyarse en las referencias científicas y de profesionales en el área.

3.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Los tipos de investigación a emplearse son: descriptivas y explicativas.

Descriptivas, por cuanto a través de la información obtenida se va a clasificar elementos y estructuras para caracterizar una realidad y, Explicativa, porque permite un análisis del fenómeno para su rectificación.

3.3. POBLACIÓN

La población económicamente activa en estudio está determinada en 225.875 habitantes de la provincia de Los Ríos.

3.4. MUESTRA

Total de Encuestas: 225.875 habitantes

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

Simbología

M = Total de muestra

N = Total de la población

E = margen de error (de 0.01 hasta 0.10)

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

$$M = \frac{225.875}{(0.05) (225.875 - 1) + 1}$$

$$M = \frac{225.875}{(0.0025) (225.874) + 1}$$

$$M = \frac{225.875}{564,685 + 1}$$

$$M = \frac{225.875}{564,685}$$

$$M = 400.00$$

Las encuestas se aplicarán a los 400 habitantes que arroja la muestra, distribuidos de la siguiente manera: 300 ciudadanos y 50 periodistas deportivos y 50 futbolistas profesionales.

3.5. FUENTES DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN.

Siendo este trabajo netamente investigativo utilizare como fuentes de investigación las siguientes:

Fuentes primarias.

- Encuesta directa al recurso humano (estudiantes del octavo a décimo de básica y docentes del plantel) en relación con la situación objeto de estudio.

Fuentes secundarias.

- Análisis de documentos e Internet.

3.6. MÉTODOS

3.6.1. MÉTODOS

Método Inductivo.- Va de lo particular a lo general. Es decir, partí del conocimiento de cosas y hechos particulares que se investigaron, para luego, utilizando la generalización y llegué al establecimiento de reglas y leyes científicas.

Método deductivo.- Este proceso me permitió presentar conceptos, principios, reglas, definiciones a partir de los cuales, se analizó, se sintetizó comparó, generalizó y demostró.

Método descriptivo.- Lo utilice en la descripción de hechos y fenómenos actuales por lo que digo: que este método me situó en el presente. No se redujo a una simple recolección y tabulación de datos a los que se acompaña, me integro el análisis reflexión y a una interpretación imparcial de los datos obtenidos y que permiten concluir acertadamente mi trabajo.

3.6.2. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Observación: Esta técnica nos ayuda a explorar situaciones poco conocidas la misma que nos permitirá recolectar información para encontrar la búsqueda a la solución de los problemas en la investigación.

Entrevista: Mediante contacto directo con el personal docente, director, alumnos, se recaudó la información necesaria sobre técnicas activas en el desarrollo del aprendizaje significativo

Encuesta: Es la técnica que a través de un cuestionario permite recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ella.

3.7. TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS DE RESULTADOS.

Una vez concluida la aplicación de la entrevista, procederemos a clasificar la información y a tamizar, primero en forma general por cada extracto y luego pregunta por pregunta, para elaborar los gráficos estadísticos que correspondan al análisis e interpretación de los resultados obtenidos y poder sacar las respectivas conclusiones y recomendaciones

3.8. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

- Consulta a expertos
- Visita a bibliotecas y librerías.
- Recopilación de material bibliográfico y documental
- Aplicación de instrumentos de investigación.

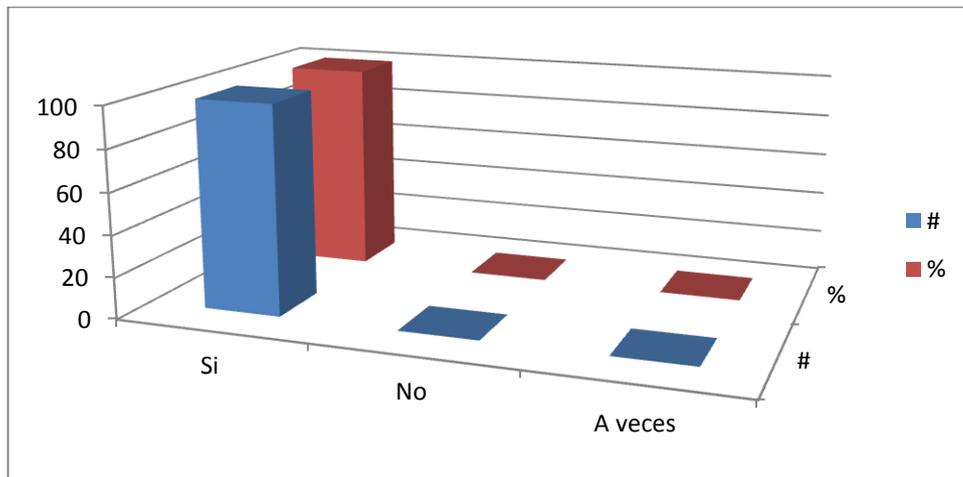
CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1. Entrevista dirigida a los periodistas y deportistas profesionales

1).- ¿Existen programas deportivos radiales?

Respuesta	#	%
Si	100	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	100	100



Análisis

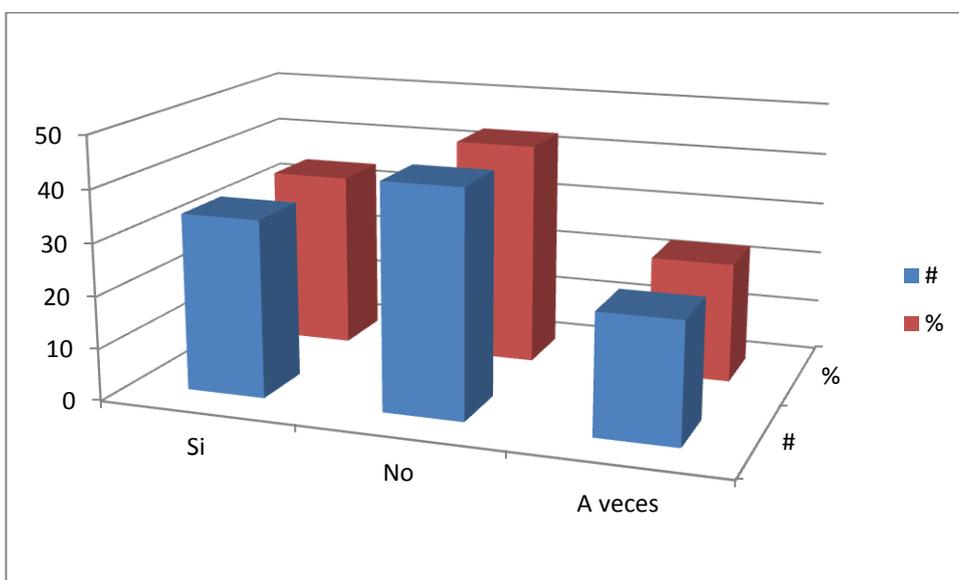
De la investigación realizada, el cien por ciento manifiesta que si existen programas radiales deportivos en la ciudad.

Interpretación

Si existen programas radiales deportivos en la ciudad.

2).- ¿Los programas deportivos radiales apoyan al fútbol profesional?

Respuesta	#	%
Si	34	34
No	43	43
A veces	23	23
Total	100	100



Análisis

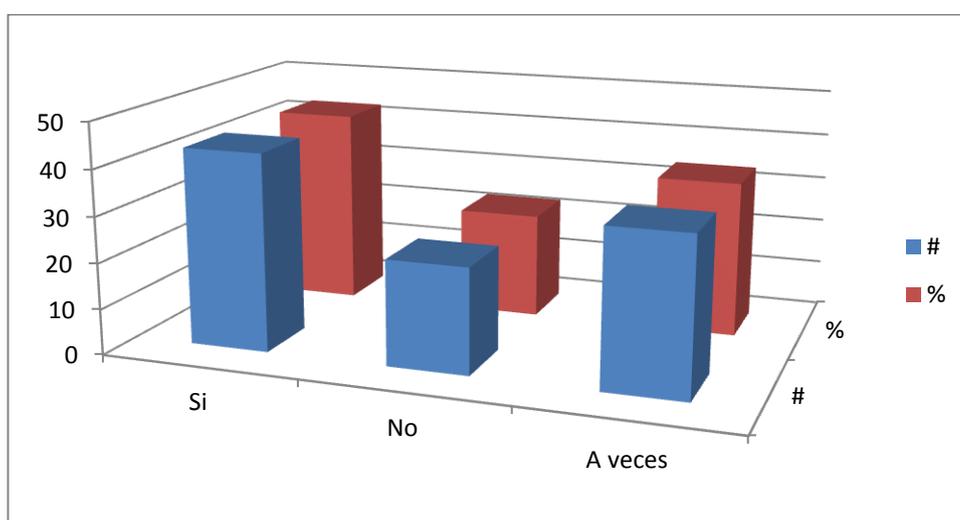
De la investigación realizada, el 34% manifiesta que los programas deportivos radiales si apoyan al fútbol profesional, mientras que el 43% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

Interpretación

Son pocos los programas deportivos radiales que apoyan al fútbol profesional de la ciudad de Quevedo.

3).- ¿Los programas deportivos radiales cubren el desarrollo del fútbol profesional de la provincia?

Respuesta	#	%
Si	43	43
No	23	23
A veces	34	34
Total	100	100



Análisis

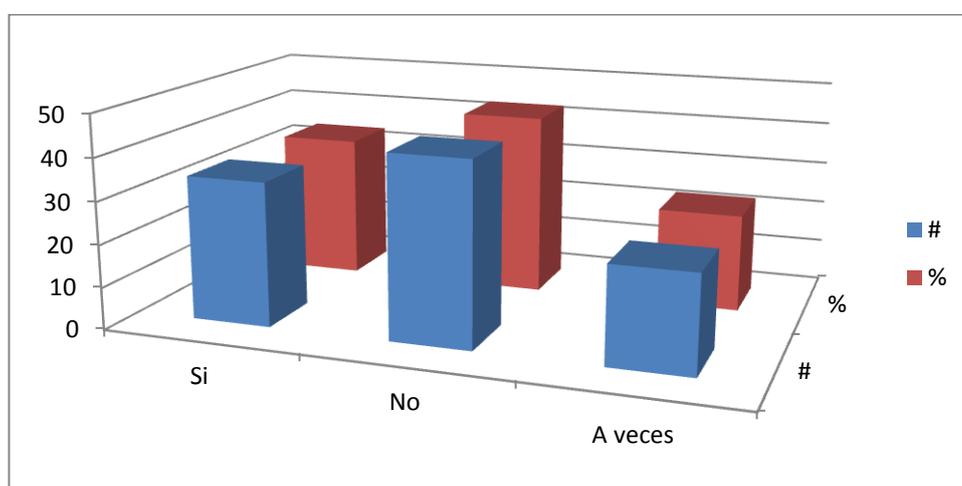
De la investigación realizada, el 43% manifiesta que los programas radiales deportivos si cubren el desarrollo del fútbol profesional de la Provincia, mientras que un 23% dice que no y un 34% dice que solo a veces.

Interpretación

No todos los programas radiales deportivos cubren el desarrollo del fútbol profesional de la Provincia

4).- La cobertura de los programas deportivos radiales al fútbol profesional de la provincia, ¿Es suficiente?

Respuesta	#	%
Si	34	34
No	43	43
A veces	23	23
Total	100	100



Análisis

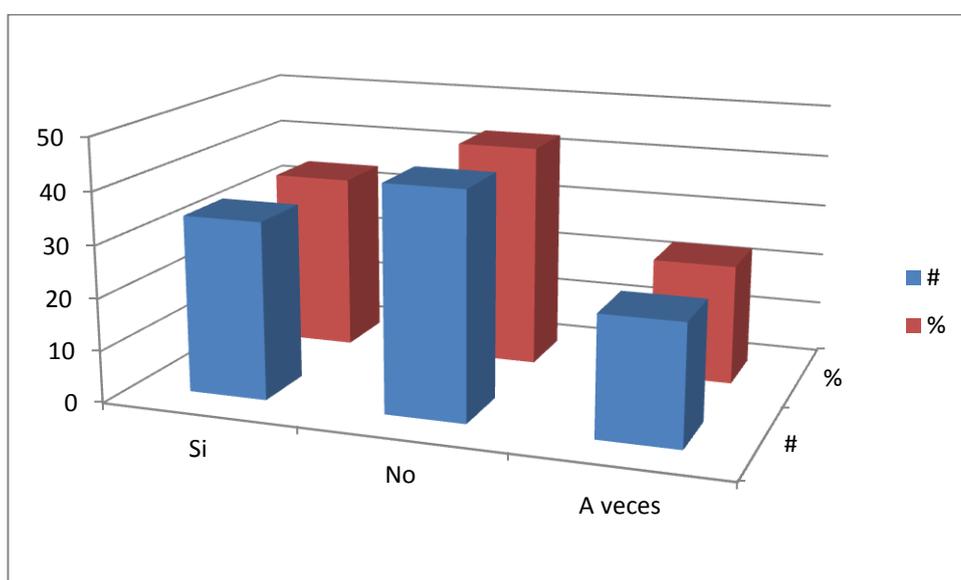
De la investigación realizada, el 34% manifiesta que la cobertura de los programas deportivos radiales al fútbol profesional de la provincia si es suficiente, mientras que el 43% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

Interpretación

La cobertura de los programas deportivos radiales al fútbol profesional de la provincia no es suficiente.

5).- ¿Existe investigación en los programas deportivos radiales?

Respuesta	#	%
Si	34	34
No	43	43
A veces	23	23
Total	100	100



Análisis

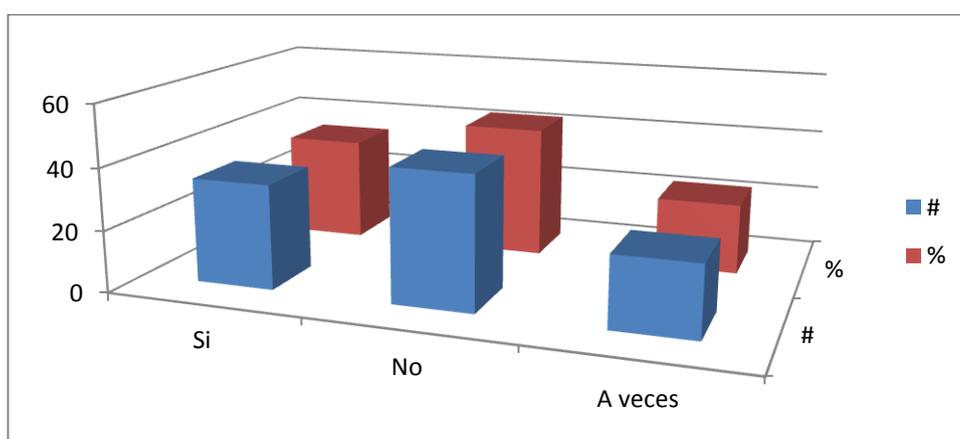
De la investigación realizada, el 34% manifiesta que si existe investigación en los programas deportivos radiales, mientras que el 43% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

Interpretación

Son pocos los programas deportivos radiales que investigan asuntos relacionados con el fútbol profesional.

6).- ¿Se han obtenido buenos resultados de las investigaciones de los programas deportivos radiales?

Respuesta	#	%
Si	34	34
No	43	43
A veces	23	23
Total	100	100



Análisis

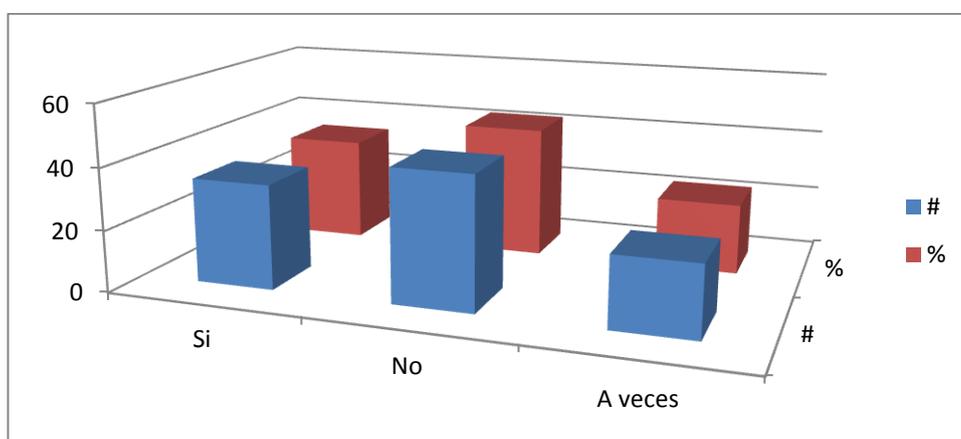
De la investigación realizada, el 34% manifiesta que si se han obtenido buenos resultados de las investigaciones de los programas deportivos radiales, mientras que el 43% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

Interpretación

Son pocos los resultados positivos que se han obtenido de las investigaciones de los programas deportivos radiales de la ciudad de Quevedo.

7).- ¿Las investigaciones de los programas deportivos radiales han proporcionado información para mejorar el fútbol profesional de la provincia?

Respuesta	#	%
Si	34	34
No	43	43
A veces	23	23
Total	100	100



Análisis

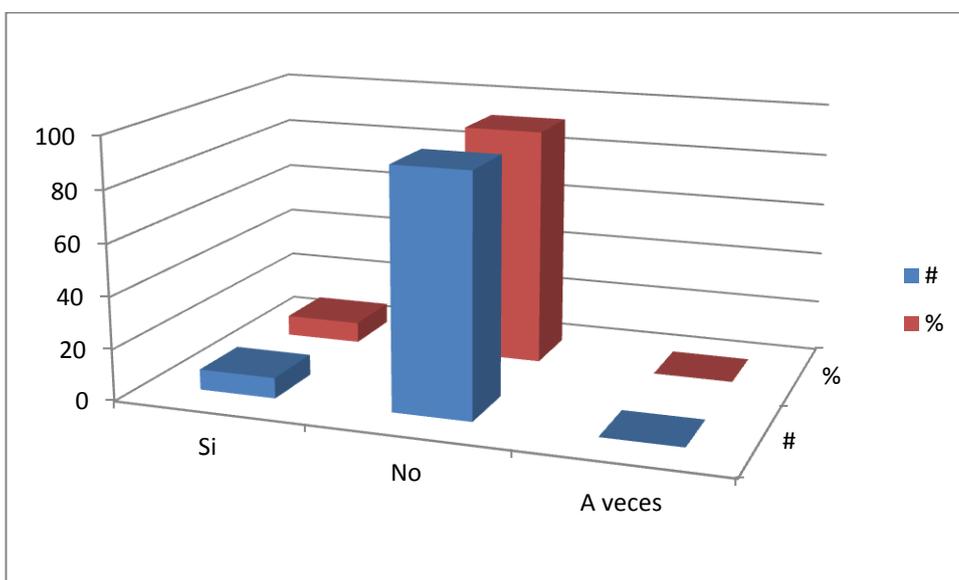
De la investigación realizada, el 34% manifiesta que las investigaciones de los programas deportivos radiales si han proporcionado información para mejorar el fútbol profesional, mientras que el 43% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

Interpretación

Son pocas las investigaciones de los programas deportivos radiales que han proporcionado información para mejorar el fútbol profesional.

8).- ¿El fútbol profesional de la provincia ha mejorado en los últimos años?

Respuesta	#	%
Si	8	8
No	92	92
A veces	0	0
Total	100	100



Análisis

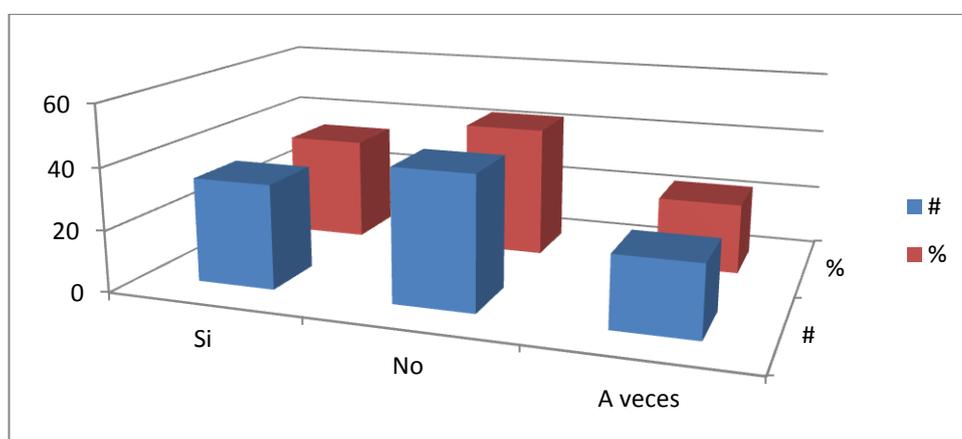
De la investigación realizada, el 8% manifiesta que el fútbol profesional de la provincia ha mejorado en los últimos años, mientras que un 92% dice que no.

Interpretación

El fútbol profesional de la provincia no ha mejorado en los últimos años.

9).- ¿La situación del fútbol de la provincia es por falta de apoyo de los programas deportivos radiales?

Respuesta	#	%
Si	34	34
No	43	43
A veces	23	23
Total	100	100



Análisis

De la investigación realizada, el 34% manifiesta que la situación del fútbol de la provincia es por falta de apoyo de los programas deportivos radiales, mientras que el 43% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

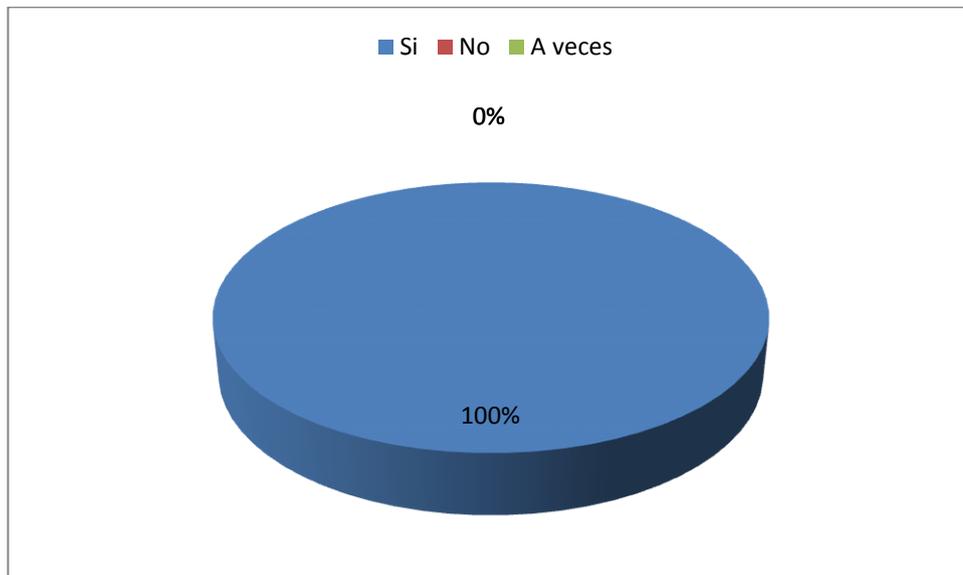
Interpretación

No toda la situación del fútbol profesional es por la falta de apoyo de los programas deportivos radiales de la ciudad de Quevedo.

4.1. Entrevista dirigida a la ciudadanía

1).- ¿Existen programas deportivos radiales?

Respuesta	#	%
Si	300	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	300	100



Análisis

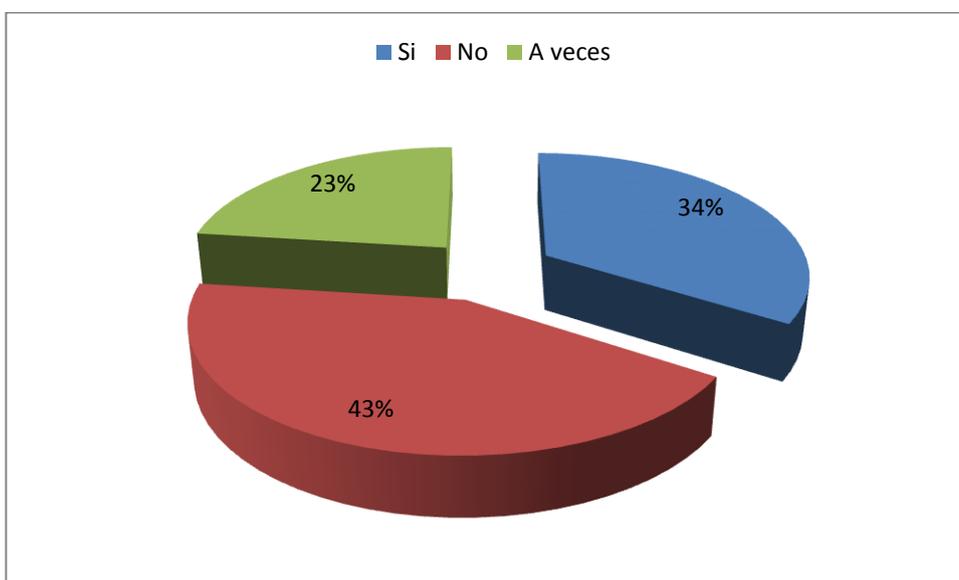
De la investigación realizada, el cien por ciento manifiesta que si existen programas radiales deportivos en la ciudad.

Interpretación

Si existen programas radiales deportivos en la ciudad.

2).- ¿Los programas deportivos radiales apoyan al fútbol profesional?

Respuesta	#	%
Si	102	34
No	129	43
A veces	69	23
Total	300	100



Análisis

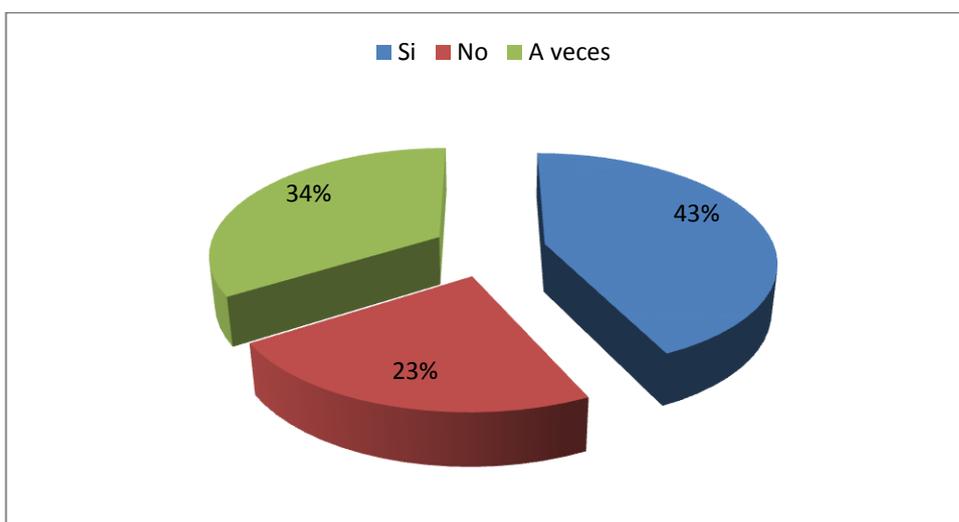
De la investigación realizada, el 34% manifiesta que los programas deportivos radiales si apoyan al fútbol profesional, mientras que el 43% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

Interpretación

Son pocos los programas deportivos radiales que apoyan al fútbol profesional de la ciudad de Quevedo.

3).- ¿Los programas deportivos radiales cubren el desarrollo del fútbol profesional de la provincia?

Respuesta	#	%
Si	129	43
No	69	23
A veces	102	34
Total	300	100



Análisis

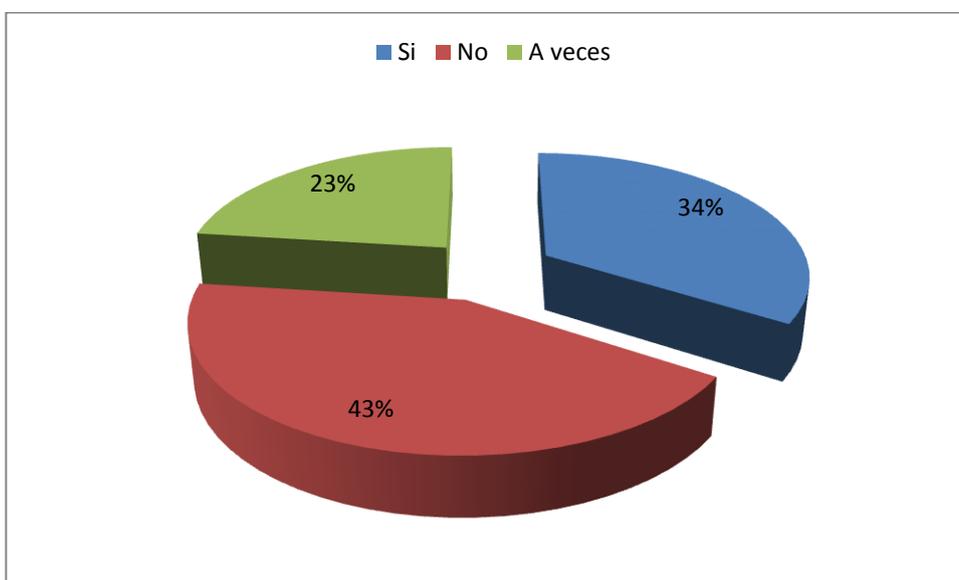
De la investigación realizada, el 43% manifiesta que los programas radiales deportivos si cubren el desarrollo del fútbol profesional de la Provincia, mientras que un 23% dice que no y un 34% dice que solo a veces.

Interpretación

No todos los programas radiales deportivos cubren el desarrollo del fútbol profesional de la Provincia

4).- La cobertura de los programas deportivos radiales al fútbol profesional de la provincia, ¿Es suficiente?

Respuesta	#	%
Si	102	34
No	129	43
A veces	69	23
Total	300	100



Análisis

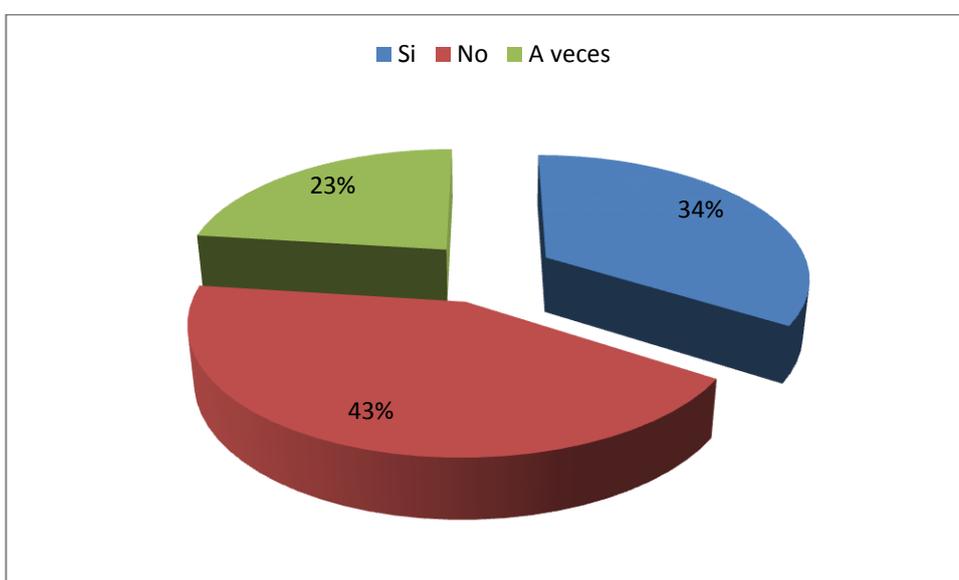
De la investigación realizada, el 34% manifiesta que la cobertura de los programas deportivos radiales al fútbol profesional de la provincia si es suficiente, mientras que el 43% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

Interpretación

La cobertura de los programas deportivos radiales al fútbol profesional de la provincia no es suficiente.

5).- ¿Existe investigación en los programas deportivos radiales?

Respuesta	#	%
Si	102	34
No	129	43
A veces	69	23
Total	300	100



Análisis

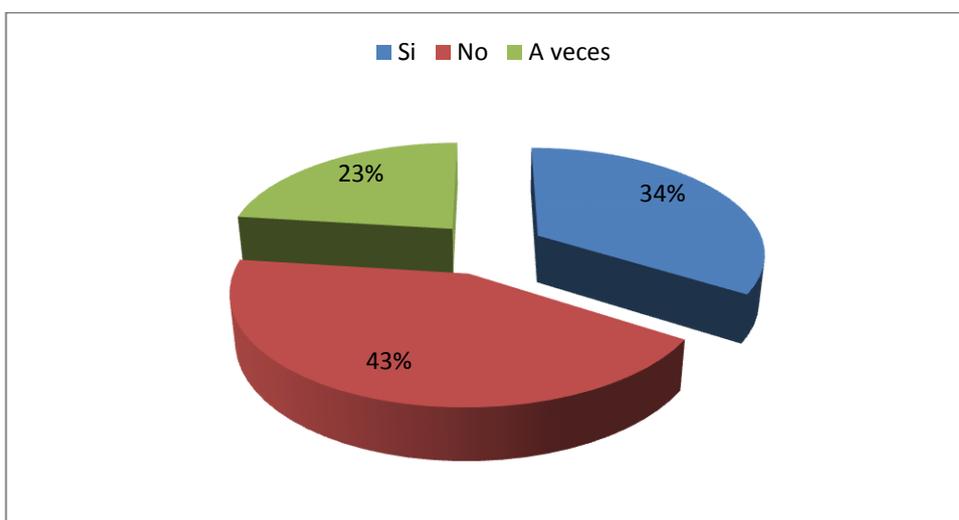
De la investigación realizada, el 34% manifiesta que si existe investigación en los programas deportivos radiales, mientras que el 43% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

Interpretación

Son pocos los programas deportivos radiales que investigan asuntos relacionados con el fútbol profesional.

6).- ¿Se han obtenido buenos resultados de las investigaciones de los programas deportivos radiales?

Respuesta	#	%
Si	102	34
No	129	43
A veces	69	23
Total	300	100



Análisis

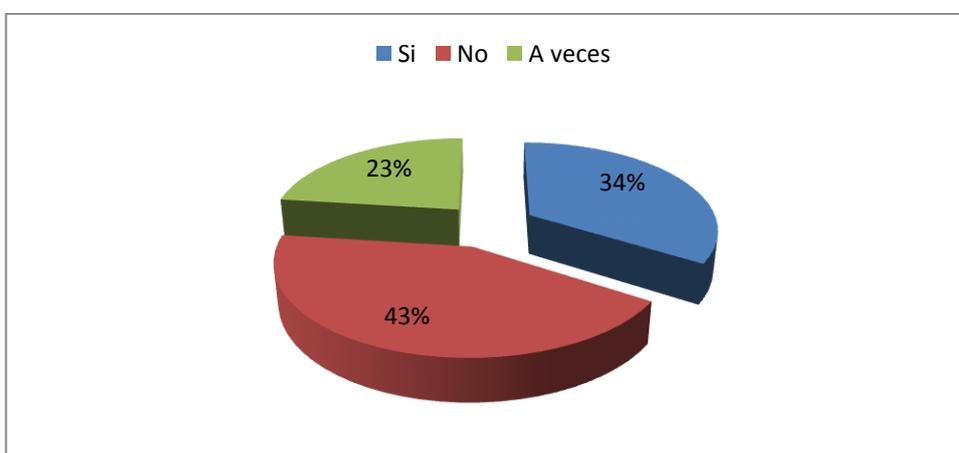
De la investigación realizada, el 34% manifiesta que si se han obtenido buenos resultados de las investigaciones de los programas deportivos radiales, mientras que el 43% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

Interpretación

Son pocos los resultados positivos que se han obtenido de las investigaciones de los programas deportivos radiales de la ciudad de Quevedo.

7).- ¿Las investigaciones de los programas deportivos radiales han proporcionado información para mejorar el fútbol profesional de la provincia?

Respuesta	#	%
Si	102	34
No	129	43
A veces	69	23
Total	300	100



Análisis

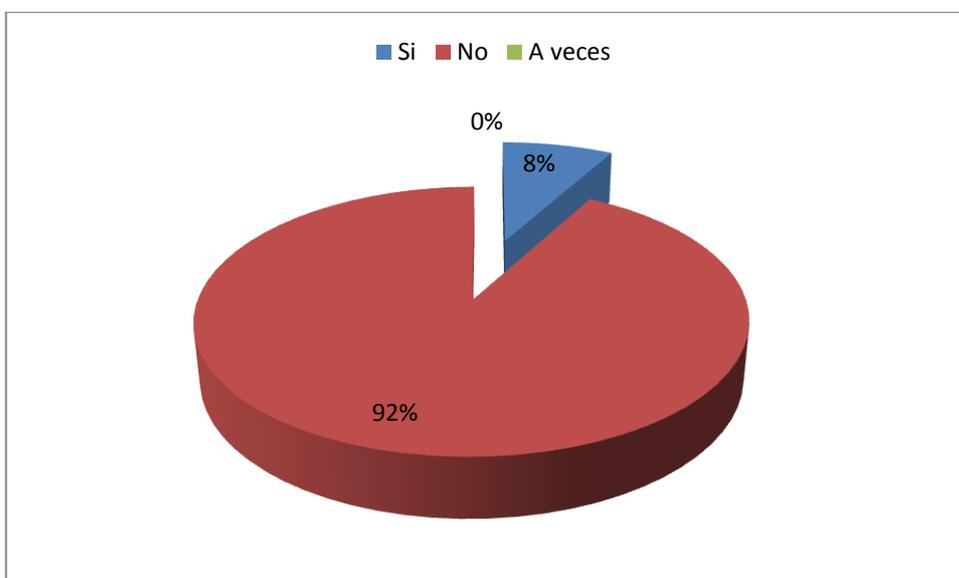
De la investigación realizada, el 34% manifiesta que las investigaciones de los programas deportivos radiales si han proporcionado información para mejorar el fútbol profesional, mientras que el 43% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

Interpretación

Son pocas las investigaciones de los programas deportivos radiales que han proporcionado información para mejorar el fútbol profesional.

8).- ¿El fútbol profesional de la provincia ha mejorado en los últimos años?

Respuesta	#	%
Si	24	8
No	286	92
A veces	0	0
Total	300	100



Análisis

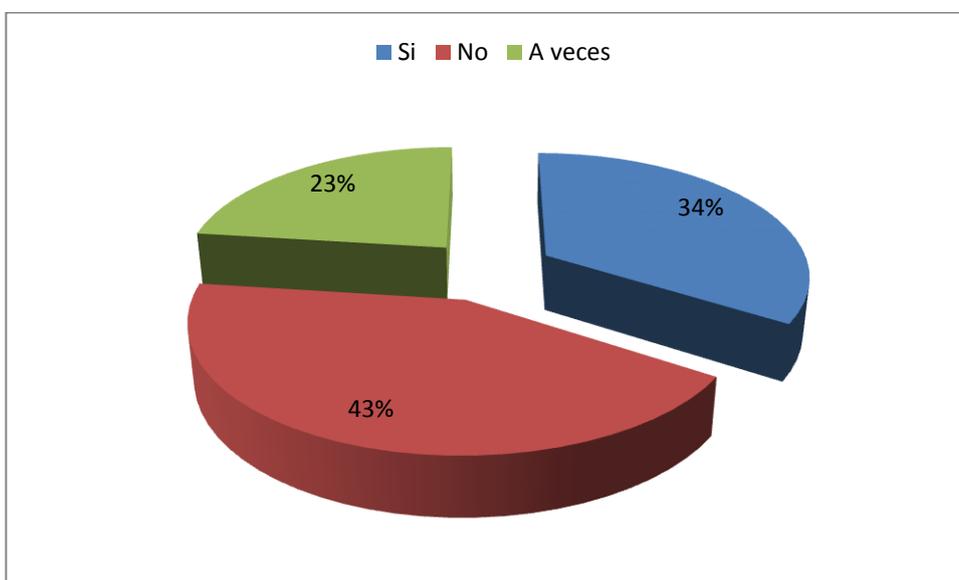
De la investigación realizada, el 8% manifiesta que el fútbol profesional de la provincia ha mejorado en los últimos años, mientras que un 92% dice que no.

Interpretación

El fútbol profesional de la provincia no ha mejorado en los últimos años.

9).- ¿La situación del fútbol de la provincia es por falta de apoyo de los programas deportivos radiales?

Respuesta	#	%
Si	102	34
No	129	43
A veces	69	23
Total	300	100



Análisis

De la investigación realizada, el 34% manifiesta que la situación del fútbol de la provincia es por falta de apoyo de los programas deportivos radiales, mientras que el 43% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

Interpretación

No toda la situación del fútbol profesional es por la falta de apoyo de los programas deportivos radiales de la ciudad de Quevedo.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Si existen programas radiales deportivos en la ciudad.
- Son pocos los programas deportivos radiales que apoyan al fútbol profesional de la ciudad de Quevedo.
- No todos los programas radiales deportivos cubren el desarrollo del fútbol profesional de la Provincia
- La cobertura de los programas deportivos radiales al fútbol profesional de la provincia no es suficiente.
- Son pocos los programas deportivos radiales que investigan asuntos relacionados con el fútbol profesional.
- Son pocos los resultados positivos que se han obtenido de las investigaciones de los programas deportivos radiales de la ciudad de Quevedo.
- Son pocas las investigaciones de los programas deportivos radiales que han proporcionado información para mejorar el fútbol profesional.
- El fútbol profesional de la provincia no ha mejorado en los últimos años.
- No toda la situación del fútbol profesional es por la falta de apoyo

de los programas deportivos radiales de la ciudad de Quevedo.

5.2. Recomendaciones

- Todos los programas deportivos radiales deben apoyar al fútbol profesional de la ciudad de Quevedo.
- Todos los programas radiales deportivos deben cubrir el desarrollo del fútbol profesional de la Provincia
- La cobertura de los programas deportivos radiales al fútbol profesional de la provincia debe ser suficiente.
- Los programas deportivos radiales deben investigar asuntos relacionados con el fútbol profesional.
- Las investigaciones de los programas deportivos radiales de la ciudad de Quevedo deben servir para aportar de manera positiva.
- Las investigaciones de los programas deportivos radiales que han proporcionado información deben mejorar el fútbol profesional.
- El fútbol profesional de la provincia debe.
- La situación del fútbol profesional debe cambiar con el apoyo de los programas deportivos radiales de la ciudad de Quevedo.

CAPÍTULO VI

6. MARCO ADMINISTRATIVO

6.1.- Recursos

a. Recursos Humanos

- ◇ Rector
- ◇ Vicerrector.
- ◇ Personal docente
- ◇ Alumnos
- ◇ Padres de familia
- ◇ Profesores investigadores

b. Recurso Material

- ◇ Papelería
- ◇ Computadora
- ◇ Xerocopia
- ◇ Suministros de oficina.
- ◇ Textos

6.2.- PRESUPUESTOS

El presupuesto cubre el diseño y la ejecución

a) Distribución del presupuesto

- TRANSPORTE:

Viático y movilización	220.00
------------------------	--------

- MATERIALES:

Remas de Bonn tamaño Inem	3.00
---------------------------	------

cartuchos	56.00
-----------	-------

Pen drive	21.00
-----------	-------

Textos	185.00
--------	--------

- VARIOS:

Tipiada y reproducida del proyecto	100.00
---------------------------------------	--------

Empastado	40.00
-----------	-------

Xerox copia	25.00
-------------	-------

- IMPREVISTOS:

Otros no tomados en cuenta	20.00
----------------------------	-------

TOTAL	690.00
--------------	---------------

Son: Seiscientos noventa dólares USD los mismos que serán financiados por aporte personal de los investigadores.

6.3.- CRONOGRAMA

Nº	Actividades	Tiempo	2011			
			Febrero	Marzo	Abril	Mayo
1	Presentación del tema provisional		X			
2	Aprobación del tema		X			
3	Delimitación del campo de investigación		X			
4	Consulta bibliográfica		X	X		
5	Recopilación de información		X	X		
6	Desarrollo de las categorías de análisis		X	X		
7	Análisis de información		X	X		
8	Desarrollo de la investigación			X	X	
9	Presentación del proyecto				X	
10	Sustentación del proyecto					X

CAPÍTULO VII

7. BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

7.1.- Bibliografía

1.- www.radiofonistas.org/index.php?option=com... -

2.- www.slideshare.net/.../produccion-radiofonica-sesion-1

3.-

www.lahora.com.ec/.../D_Quevedo_se_despidió_del_fútbol_profesional.html

7.2.-

ANEXOS

ANEXO Nº 2

ENCUESTA

Cuestionario de Encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Quevedo, respecto al tema **“El apoyo que brindan los programas deportivos radiales al fútbol profesional.”**.

De acuerdo a su criterio marque con una X la respuesta que crea conveniente.

1).- ¿Existen programas deportivos radiales?

Si No A veces

2).- ¿Los programas deportivos radiales apoyan al fútbol profesional?

Si No A veces

3).- ¿Los programas deportivos radiales cubren el desarrollo del fútbol profesional de la provincia?

Si No A veces

4).- ¿La cobertura de los programas deportivos radiales al fútbol profesional de la provincia es suficiente?

Si No A veces

5).- ¿Existe investigación en los programas deportivos radiales?

Si No A veces

6).- ¿Se han obtenido buenos resultados de las investigaciones de los programas deportivos radiales?

Si No A veces

7).- ¿Las investigaciones de los programas deportivos radiales han proporcionado información para mejorar el fútbol profesional de la provincia?

Si No A veces

8).- ¿El fútbol profesional de la provincia ha mejorado en los últimos años?

Si No A veces

9).- ¿La situación del fútbol de la provincia es por falta de apoyo de los programas deportivos radiales?

Si No A veces

ANEXO Nº3

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<p>El uso de las tecnologías de la información y comunicación y su incidencia en el desarrollo de las instituciones públicas de la ciudad de Quevedo en el año 2010.</p>	<p>GENERAL</p> <p>¿De qué manera influye el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las instituciones públicas de la ciudad de Quevedo en el año 2010?</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>¿Cómo la dependencia que genera el uso excesivo de las Tic's, influye en el rendimiento de las instituciones públicas?</p> <p>¿Porque la dependencia que genera el uso excesivo de las Tic's influye en el desarrollo de las instituciones públicas?</p> <p>¿Qué lineamientos estratégicos se pueden aplicar para la formación de una cultura adecuada para el uso de las Tic's en las instituciones públicas?</p>	<p>GENERAL</p> <p>Conocer de qué manera influye el uso excesivo de las tecnologías de la información y la comunicación en las instituciones públicas de la ciudad de Quevedo, en el año 2010.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>Analizar cómo la dependencia que genera el uso excesivo de las Tic's, influye en el rendimiento de las instituciones públicas. Determinar porque la dependencia que genera el uso excesivo de las Tic's, influye en el desarrollo de las instituciones públicas. Generar lineamientos estratégicos para la formación de una cultura para el adecuado uso de las Tic's en las instituciones públicas.</p>	<p>GENERAL</p> <p>El uso excesivo de las tecnologías de la información y la comunicación limitan el desarrollo de las instituciones públicas de la ciudad de Quevedo en el año 2010.</p> <p>ESPECIFICAS</p> <p>La dependencia que genera el uso excesivo de las Tic's, limita el rendimiento de las instituciones públicas.</p> <p>La dependencia que genera el uso excesivo de las Tic's, limita el desarrollo de las instituciones públicas.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>- Uso excesivo de las tecnologías de la información y comunicación</p> <p>La dependencia que genera el uso excesivo de las Tic's</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>- Rendimiento y desarrollo de las instituciones públicas</p>	<p>-Tenencia de Tic's</p> <p>-Conocimiento del uso de las Tic's</p> <p>-Dependencia</p> <p>-Distracción de sus labores por el internet</p> <p>-Tiempo que le dedican al internet</p> <p>-Rendimiento laboral</p> <p>-Calidad en la presentación de los trabajos encomendados</p> <p>-Concentración en el desarrollo de las tareas laborales</p> <p>-El internet tiene direcciones restringidas en la institución</p>

ANEXO Nº4

Operacionalización de variables de la hipótesis

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
<p>Tecnologías de la información y la comunicación La aparición a mediados de los años 90 de las llamadas nuevas tecnologías entre las que se incluyen el ordenador, el teléfono móvil e Internet, ha producido una verdadera revolución social; principalmente, porque nos ofrecen posibilidades de comunicación e información con el mundo y posibilitan el desarrollo de nuevas habilidades y formas de construcción del conocimiento que anteriormente eran desconocidas y que además nos plantean nuevos desafíos sociales que debemos asumir de forma responsable.</p>	Tecnología	-Tenencia de Tic's	-¿Tienen acceso a internet? Si No A veces	ENCUESTAS
	Información	-Conocimiento del uso de las Tic's	-¿Ha recibido capacitación para el uso adecuado de las Tic's? Si No A veces	
	Comunicación	-Dependencia	-¿Revisa informaciones personales en internet en horario laboral? Si No A veces	ENTREVISTA A AUTORIDADES,
	Dependencia	-Distracción de sus labores por el internet	-¿Atienden las llamadas o chatean durante las horas laborales? Si No A veces	
	Desarrollo	-Tiempo que le dedican al internet	-¿Presentan dependencia por el uso del internet? Si No A veces	DOCENTES Y ALUMNAS
Rendimiento	-Rendimiento laboral	-¿Han restringido algunas páginas de internet en su trabajo? Si No A veces		
	-Calidad en la presentación de los trabajos encomendados	-¿Presentan los trabajos encomendados a tiempo? Si No A veces		
	-Concentración en el desarrollo de las tareas laborales	-¿Le dedican suficiente tiempo a sus tareas laborales, para presentarlas como sugieren las autoridades? Si No A veces	OBSERVACIÓN	
	-El internet tiene direcciones restringidas en la institución	-¿Distrae la realización de sus tareas por la utilización del internet? Si No A veces		
		-¿Los funcionarios han tenido algún problema por la utilización excesiva de internet? Si No A veces		
			-¿La institución ha tenido algún inconveniente por el uso excesivo de internet por parte de sus funcionarios? Si No A veces	