



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS RADIALES DE QUEVEDO  
Y SU INCIDENCIA EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS  
ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO.**

**AUTOR:**

**ALEXANDER JEFFERSON CHANATASIG SOLÓRZANO**

**TUTOR**

**LCDO. VICENTE COEELLO VERA. MSC**

**QUEVEDO- LOS RÍOS – ECUADOR**

**2019**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**DEDICATORIA**

A mi Señor Jesucristo por su amor infinito que me ha cuidado cada día dándome fuerzas para seguir adelante.

A mis padres por ser mi pilar fundamental para seguir luchando

A mis hermanos por ser mi apoyo todos los días



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**AGRADECIMIENTO**

A Jesucristo mi Dios eterno Rey de reyes todo poderoso que me ayudo en esta larga travesía para culminar mis estudios

A mis Padres por su amor incondicional

A mi tutor por su apoyo



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, ALEXANDER JEFFERSON CHANATASIG SOLORZANO, portador de la cédula de identidad No, 1205526948 habiendo culminado mis estudios de tercer nivel en la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación, carrera Comunicación Social. Declaro que soy autor exclusivo del presente informe final del proyecto de investigación, el mismo que es original, autentico y personal, con el problema:

CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS RADIALES DE QUEVEDO Y SU INCIDENCIA EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO.

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

**ALEXANDER JEFFERSON CHANATASIG SOLORZANO**

**CC. 1205526948**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.**

**Quevedo, 15 de abril del 2019**

En mi calidad de Tutor del Informe del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N° 027.C-ECCC, M, marzo 2019 mediante resolución cd- fac.c.c.j. s. e-so-002-res-003-2019 certifico que el Sr. Alexander Jefferson Chanatasig Solórzano ha desarrollado el Proyecto titulado:

**CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS RADIALES DE QUEVEDO Y SU INCIDENCIA EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

**LCDO. VICENTE COELLO VERA MSC**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN**

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO: **CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS RADIALES DE QUEVEDO Y SU INCIDENCIA EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO.**

**PRESENTADO POR EL SEÑOR: JEFFERSON ALEXANDER CHANATASIG  
SOLÓRZANO**

**OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:**

8,92 (Ocho, noventa y dos)

**EQUIVALENTE A:**

Muy Bueno

**TRIBUNAL:**

  
**MSC. PATRICIA JADAN.**  
**DELEGADA DE LA DECANA**

  
**MSC. KARINA CAICEDO.**  
**PROFESORA ESPECIALIZADA**

  
**MSC. MELBA TRIANA.**  
**DELEGADA DEL CIDE**

  
**ABG. ISELA BERRUZ**  
**SECRETARIA DE LA  
FAC.CC.J.J.SS.EE**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



Quevedo, 13 de abril del 2019

**CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL  
SISTEMA DE ANTIPLAGIO**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación de la Sr. Alexander Jefferson Chanatasig Solórzano cuyo tema es: **CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS RADIALES DE QUEVEDO Y SU INCIDENCIA EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO.**

**URKUND**

**Documento** [INFORME FINAL ALEXANDER JEFFERSON CHANATASIG.docx \(D50643238\)](#)

**Presentado** 2019-04-13 14:51 (-05:00)

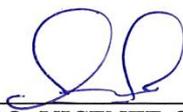
**Presentado por** alexanderchanatasig95@gmail.com

**Recibido** dcoello.utb@analysis.urkund.com

1% de estas 41 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes.

Certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Anti plagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de [3%], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución. Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado

  
\_\_\_\_\_  
LCDO. VICENTE COELLO VERA MSC

# ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.....	v
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vi
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xii
RESUMEN .....	xiii
SUMMARY.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA.....	3
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL .....	3
1.2.1. Contexto Internacional .....	3
1.2.2. Contexto Nacional .....	5
1.2.3. Contexto Local.....	7
1.2.4. Contexto Institucional.....	8
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	10
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	11
1.4.1. Problema general.....	11
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	12
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	13
1.7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.7.1. Objetivo general .....	14
1.7.2. Objetivo específico.....	14
CAPITULO II MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL .....	15
2.1. MARCO TEÓRICO .....	15
2.1.1. Marco conceptual .....	15
2.1.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
2.1.2.1. Antecedentes investigativos .....	43

2.1.2.2. Categoría de análisis .....	51
2.1.3 Postura teórica.....	52
2.2. HIPÓTESIS .....	53
2.2.1. Hipótesis general básica.....	54
2.2.2 Sub hipótesis o derivadas.....	54
2.2.3. Variable.....	54
<b>CAPÍTULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>55</b>
<b>3.1 Resultados obtenidos de la investigación .....</b>	<b>55</b>
3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas.....	55
3.1.2 Análisis e interpretación de datos .....	56
<b>3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.....</b>	<b>69</b>
3.2.1. Específicas.....	69
3.2.2 General .....	70
<b>3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES .....</b>	<b>70</b>
3.3.1 Específicas.....	70
3.3.2 General.....	71
<b>CAPÍTULO IV. PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN .....</b>	<b>71</b>
<b>4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>71</b>
4.1.1 Alternativa obtenida .....	71
4.1.2. Alcance de la alternativa.....	72
4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa.....	73
<b>4.2. OBJETIVOS.....</b>	<b>76</b>
4.2.1. Objetivo general .....	76
<b>4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>76</b>
4.3.1. Título .....	76
4.3.2. Componentes.....	76
<b>4.4 Alternativa esperada .....</b>	<b>96</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>97</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Sintonización de la radio</i>	57
<i>Tabla 2. Contenidos de programas</i>	58
<i>Tabla 3. Programas deportivos</i>	59
<i>Tabla 4. Expectativas</i>	60
<i>Tabla 5. Disciplinas deportivas</i>	61
<i>Tabla 6. Programas radiales deportivas</i>	62
<i>Tabla 7. Comentaristas deportivos</i>	63
<i>Tabla 8. Formatos radiofónicos</i>	64
<i>Tabla 9. Tiempo de programa deportivo</i>	65
<i>Tabla 10. Preferencias</i>	66

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1. Sintonización de la radio</i>	58
<i>Gráfico 2. Contenidos de programas</i>	59
<i>Gráfico 3. Programas deportivos</i>	60
<i>Gráfico 4. Expectativas</i>	61
<i>Gráfico 5. Disciplinas deportivas</i>	62
<i>Gráfico 6. Programas radiales deportivas</i>	63
<i>Gráfico 7. Comentaristas deportivos</i>	64
<i>Gráfico 8. Formatos radiofónicos</i>	65
<i>Gráfico 9. Tiempo de programa deportivo</i>	66
<i>Gráfico 10. Preferencias</i>	67

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1.- Encuestas realizadas a los estudiantes de comunicación</i>	3
<i>Ilustración 2.- Indagaciones sobre la opinión del contenido deportivo radial</i>	3
<i>Ilustración 3.-Entrevista con el Lcdo. David Guapulema</i>	4
<i>Ilustración 4.- Profesionales de la comunicación</i>	4

## **RESUMEN**

La radio es por su propia naturaleza, un medio que únicamente transmite sonidos y no aporta la imagen del origen de los mismos, lo que quiere decir que, “la radio es un medio exclusivamente sonoro y, en consecuencia, solo interviene uno de los cinco sentidos, el oído, en la percepción de los mensajes emitidos a través de éste medio. El presente proyecto se focaliza en plantear estrategias para que los programas deportivos del cantón Quevedo presenten un contenido de calidad en cada una de sus formatos que son transmitidos al aire, demostrando a las nuevas generaciones estudiantiles que se puede realizar un periodismo de calidad sin recurrir al sensacionalismo con una buena aceptación dentro de los enmarcado por la ley del Consejo de regulación y desarrollo de la información y comunicación. Para conocer los resultados finales de análisis e interpretación y selección de información se procedió a aplicar una serie de métodos y estrategias para obtener datos de acuerdo a la problemática tratada de las dos variables del proyecto investigativo. La aplicación de la metodología inductiva, deductiva, analítica, bibliografía de campo y sintética junto con las técnicas de entrevista y encuesta abordaron los temas del contenido de los programas radiales transmiten al público oyente evaluando las necesidades.

### **Palabras claves**

Radio

Programas deportivos

Formación profesional

Periodismo

## **SUMMARY**

The radio is by its very nature, the medium that transmits the sounds and the image of their origin, which means that the radio is the sound medium and, consequently, only one of the five senses, the ear, intervenes. in the perception of the messages issued through this medium. The present project focuses on the plant, the strategies for the sports programs of the Quevedo canton presents a quality content in each of its formats that are transmitted to the air. The regulation system and the development of information and communication. To know the final results of analysis and interpretation and selection of information, it is applied to a series of methods and strategies to obtain data according to the problematic treated of the two variables of the research project. The application of the inductive, deductive, analytical, field and synthetic bibliography along with the interview and survey techniques addressed the topics of the content of the radio programs to transmit to the listening audience the needs.

### **Keywords**

Radio

Sports programs

Vocational training

Journalism

## INTRODUCCIÓN

La Radio cumple un papel fundamental en la sociedad, es el medio inmediato para generar una información y llega a más hogares. Desde su aparición, la Radio fue cumpliendo un papel muy importante, el de entretener, educar e informar, con una línea temática de enlace y mediador entre el conflicto y la solución. Pero el sentido comunicacional ha desaparecido con el apareamiento de otros enemigos estratégicos, (la Televisión), dando lugar al aspecto comercial, y olvidándose del oyente.

La Radio de hoy se preocupa de lo comercial, olvidándose de que el público necesita de buena información, entretenimiento y educación radial. Los programas que actualmente se emiten son de baja calidad, limitándose a la automatización, el lema es: mientras menos hables mayor audiencia tienes. Los medios de comunicación y el comunicador social no cuentan con guías o manuales radiofónicos específicos que les sirvan como herramienta de trabajo, teórico- práctico, para elaborar y aplicar profesionalmente los formatos radiales, (Henry, 2019).

Cabe destacar que por años la radio se convirtió en líder único a nivel de la comunicación sintonizado por millones de radioyentes sus formatos radiofónicos eran variados que iban desde novelas, noticias, programas educativos música a pedido del público, deportes, un medio publicitario para las empresas hoy en día a quedado en el olvido la revolución tecnológica se ha convertido en uno de sus jueces más rígidos que lo ha llevado al olvido. Pero no todo es culpa de la nueva era tecnológica mucho de los formatos de programas que se desarrollaban dentro de la industria radiofónica no se adaptaron a la nueva sistematización tecnológica sus directores y productores se

conformaron con cierto segmento de público que aun los sintonizaba y no decidieron avanzar quedando prácticamente en el olvido.

El presente trabajo investigativo busca realizar un análisis de los programas deportivos que se desarrollan en el cantón Quevedo su contenido que estrategias aplicar donde se deben cambiar con el objetivo de captar un espacio mayoritario en el mercado comunicacional.

**Capítulo I:** Mediante este capítulo se observa la contextualización de la investigación nacional, internacional y local seguido por la problematización objetivos generales y específicos que se buscan cumplir durante el desarrollo del proyecto junto con la justificación de la elaboración del mismo.

**Capítulo II:** Se detalla los conceptos de los diferentes autores a los que se recurrió para conocer más fondo las variables de la investigación, el marco referencial también se encuesta plasmado en este capítulo junto a la postura teórica y las hipótesis.

**Capítulo III:** Expone la metodología estratégica aplicada durante toda la investigación técnicas y métodos para obtener conclusiones y recomendaciones del tema de estudio.

**Capítulo IV:** Este capítulo presenta la propuesta que efectúa en base a la investigación con objetivos, justificación de forma detallada cada una de las actividades a efectuarse.

## **CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA**

### **1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN**

Contenido de los programas deportivos radiales de Quevedo y su incidencia en la formación profesional de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la universidad técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

### **1.2. MARCO CONTEXTUAL**

#### **1.2.1. Contexto Internacional**

La radio por años fue el único puente de comunicación que existió su alcance y éxito permitió que la comunicación tomara rumbos diferentes en busca de otros medios más rápidos la secuencia de imágenes el chat online has hecho que prácticamente sus recuerdos queden en la memoria de una generación que aun lucha por adaptarse a la nueva tecnología.

No obstante todo es olvido a nivel internacional la radio tiene un espacio muy bien definido y que se está preparando para nuevos los nuevos retos tecnológicos a los cual busca adaptar y ganar un segmento en el mercado de la nueva generación de jóvenes, es así que países el norte de Europa la apuesta por la radio digital es real. Un ejemplo: en 2019 Noruega llevará a cabo el apagón analógico para la radio. Ya no se oirá ni por OM ni por FM, solo se podrá oír la radio desde los dispositivos capaces de captar señal DAB+ o con conexión a internet. Indudablemente, la tecnología está cambiando la forma en la que consumimos contenido audiovisual: tablets, smartphones o pc's son algunos de los

dispositivos que han desencadenado la revolución en nuestros hábitos de consumo. La radio, que es un medio que destaca por valores como la adherencia al recuerdo publicitario y el gran poder de prescripción de líderes de opinión, se encuentra ahora en pleno proceso de transformación digital, (Cañete, 2018).

La radio ha encontrado nuevos rumbos y volver a ser parte de primordial no opcional del público es su objetivo, una muy buena estrategia y a la cual se encuentran focalizados para captar un muy buen mercado es la fusión de deportiva si bien es cierto el deporte tiene millones de seguidores que no distingue edad, genero ni nacionalidad los medios radiales han visto un potencial que debe ser explotado, el deporte mueve masas y millones de personas son fieles seguidores de programas deportivos que no cumple sus expectativas en cuanto a información del acontecer diarios y lo que sucede en cuanto a cambios, compras, pronostico deportivos.

Sin duda que los nuevos avances tecnológicos tienen la capacidad de llegar y captar la atención del consumidor, pero la radio no se queda atrás su capacidad de análisis y dirigirse a todo el público de la nueva generación y la antigua que no se adapta a la tecnología es primordial, las frecuencias internacionales se han funcionado de manera estratégica con la tecnología otras frecuencias radiales y televisivas para brindar información eficaz acorde a las expectativas del radioyente que busca aun en la radio lo que no encuentra en la televisión satelital o en los teléfonos inteligentes como se le suele denominar .

### **1.2.2. Contexto Nacional**

En Ecuador la radio ha marcado un hito importante en la telecomunicación y aún conserva un espacio con una muy buena acogida en el segmento comunicativo que buscan información a través de su programación.

La cultura ecuatoriana se caracteriza por su espontaneidad, alegría, amabilidad, confiabilidad, apego a las tradiciones y los valores la radio es observada como parte de su cultura con la que han crecido, y que aún conserva fieles seguidores que educan a las nuevas generaciones a su sintonía motivando su uso para los diferentes programas que se mantienen al aire y aún más si tienen que ver con el ámbito deportivo.

Los contenidos deportivos que brindan los aparatos digitales de hoy en día y que abarcan la mayor tecnología y espacio en el mercado de la comunicación simplemente es calificado como vacío por la mayoría de las personas sin tomar en cuenta la edad o género, es así que programas que son transmitidos diariamente como copa, deportes fox, deportivismo entre otros carecen de lo que el espectador busca que es mayor información de calidad, socialización de la información, veracidad en sus contenidos que publican, lamentablemente los espacios televisivos en este tipo de programas son reducido a la tercera parte del tiempo que tienen al aire un programa de farándula dejando al público que sigue esta programación sin ninguna expectativa de seguirlos sintonizando.

Durante varios años la difusión de programas deportivos en nuestra ciudad de Quevedo, ha tenido la aceptación de la colectividad en general, porque le permite conocer, pronosticar, opinar y estar al tanto de lo que ocurre en el ámbito deportivo local, nacional

e internacional, es así que programas como “Viva con el deporte” de Radio Viva, y Radio Caravana esta última líder en información de deportiva como programas como “Los Comentaristas”, “Pateando tachos”, “Tiempo Extra”, “Cabina 14”, “Señor Deporte”, “Minuto Cero”,,, “Tricolores De Exportación” la han consolidado como líder en información con una transmisión que se mantiene durante todo el día.

Desde nuestro punto crítico podemos opinar que si bien es cierto mantienen informado de los sucesos deportivo también presentan falencias en este tipo de programas tales como. La falta de equidad en los programas deportivos radiales genera conflictos entre los periodistas con los propietarios de las emisoras o el desconocimiento de los profesionales deportivos sobre el manejo de la comunicación deportiva en la pre-producción y post-producción de manera coherente, imbricando teoría y práctica que permita optimizar la calidad de los programas deportivos radiales, el poco apoyo brindado de empresas, industrias, comercio e instituciones a los periodistas deportivos,

Frente a las referencias expuestas en el presente trabajo de investigación podemos encontrar que; el periodismo deportivo de Quevedo estuvo siendo transmitido por personas que amaban el deporte pero que no tenían un título profesional en el auge de la comunicación deportiva en nuestra localidad, dando como resultado que no exista un aporte crítico – propositivo, con una visión de transformación y solución de los diferentes nudos críticos que se presentaban en el deporte quevedeño, (Loor, 2016).

### **1.2.3. Contexto Local**

Radio Viva fue una de las primeras emisoras que se iniciaron en el cantón Quevedo inicia sus emisiones el lunes 18 de abril de 1988 a las 18h55 en la ciudad de Quevedo, gracias a la gestión y visión de su propietario, Lcdo. Gerardo Mosquera Rodríguez, de crear una radio con una propuesta de programación diferente a las FM tradicionales de la época. Tiempo después se une Ondas Quevedeñas otro medio de radiodifusión dirigido por el Dr. Humberto Alvarado Prado y en poco tiempo fue una de las primeras emisoras a nivel nacional gracias a su dinamismo y su experiencia, sin exagerar podríamos decir que Ondas Quevedeñas hizo de la provincia de Los Ríos un poderío.

En Quevedo, Humberto Alvarado junto con su esposa la distinguida dama chonense Dra. Deysi Espinel Álvarez de Alvarado fundaron también otra emisora llamado Estéreo Sonido que también es a nivel nacional. Humberto Alvarado también fue dueño de dos canales de televisión de dicha provincia, también fue fundador de la Universidad Laica de Guayaquil extensión en Quevedo en la facultad de Periodismo, (Oviedo, 2015).

La programación radial que se ha ofrecido que ha caracterizado y consolidado a la radio quevedeña es que el musical está dirigida a un público adulto y económicamente productivo, donde se destaca la música nacional y de corte popular como el valse, rancheras, boleros, pasacalles, baladas, cumbia, merengue, salsa y tango. Los noticieros se caracterizan por ser objetivos e imparciales, donde se tratan temas del acontecer local, nacional e internacional, con profesionales de gran trayectoria en el ámbito deportivo destacan muy buenos programas que son del gusto del radioyente.

El 24 de marzo de 1998 se transmite por primera vez fuera del país. Se trata de la Copa Libertadores y desde el estadio Alfonso López de la ciudad de Bucaramanga (Colombia) se da a conocer la victoria que aquel día el Atlético Bucaramanga consiguió sobre el Deportivo Quito. Luego se sumaron otras emisoras con el acontecer deportivo que tuvieron un notable éxito en sus épocas doradas, (Radioviva, 2018).

#### **1.2.4. Contexto Institucional**

En los últimos años, Quevedo ha tenido un acelerado crecimiento poblacional, convirtiéndose entre las primeras ciudades del país. De acuerdo al último censo poblacional, cuenta con 173.575 habitantes (hombres 86.821, mujeres 86.754). La fertilidad de su suelo hizo que rápidamente fuera poblada por miles de ecuatorianos dispuestos a hacer producir la tierra, y fruto de ese esfuerzo en la actualidad se ha convertido en uno de los principales centros de actividad agropecuaria, comercial y bancaria de la provincia de Los Ríos. Además, posee una variedad de escuelas y colegios lo que le ha permitido convertirse en una ciudad universitaria. Está ubicada en el paso obligado de importantes vías que convergen hacia otras ciudades del país, además posee sitios turísticos; así como importantes calles, avenidas, iglesias, puentes, parques y otros lugares que embellecen la urbe, (Hora, 2017)

Realizando una sinopsis retrospectiva de la historia del deporte Quevedo y su difusión tenemos que, la práctica periodística deportiva en un alto porcentaje de aceptación

Entre los años 1965-1967 surge un programa deportivo radial denominado “Antena Deportiva”, transmitido por ROQ (Radio Ondas Quevedeñas) y dirigido por el Sr. Luis Zarzosa, quien incursionó en la difusión de los diferentes deportes que se practicaban en esa época en nuestro cantón; teniendo como característica principal la de informar, más no interpretar a través de un análisis profesional. Luego tenemos al Sr. Miguel Velasco con el programa “Ventana Deportiva” transmitido por la radio emisora RVT Satelital, que tenía las mismas características del programa deportivo anterior. En 1970 aparece el Señor periodista Rodrigo Toapanta Jiménez quien junto con el Sr. Gustavo Enríquez, quien ya ejercía el periodismo en Quito, crean el programa “Mundo Deportivo” en ROQ, el mismo que no tuvo mucha duración, por lo que el Sr. Lcdo. Rodrigo Toapanta Jiménez crea el programa “Gaceta Deportiva”, manteniéndose hasta la actualidad, (Loor, 2016).

En la actualidad existen varias frecuencias que aún están vigentes en el listado de los medios de comunicación a nivel nacional dados por la CURDICOM figuran los siguientes con frecuencia radiales en el cantón Quevedo.

- ✓ Radio sonido 93.5 Fm privado
  
- ✓ Biogénesis s.a. r Am privado
  
- ✓ Estéreo rey 96.7 Fm privado
  
- ✓ Flumiradio s.a. FM privado
  
- ✓ Radio la voz del trópico Fm privado.

### **1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

La problemática de la investigación se centra en el contenido que hoy en día ofrecen los programas radiales deportivos que son transmitidos algunos diariamente otros entre días de semana analizando a su vez como influye en el campo académico a los estudiantes que siguen la carrera de comunicación social en la Universidad de Babahoyo

Durante varios años la difusión de programas deportivos en nuestro cantón Quevedo, ha tenido la aceptación de la colectividad en general, porque le permite conocer, pronosticar, opinar y estar al tanto de lo que ocurre en el ámbito deportivo local, nacional e internacional.

Con el paso del tiempo y el avance de la tecnología que brinda todas las facilidades de poder recibir información al instante ha influido para que la demanda de programas deportivos decrezca notoriamente varias emisoras se sienten minimizadas de no poder competir con la nueva era informática, lo que influye de forma negativa en un estudiante que este cursando su carrera y que se está especializando en la rama de la comunicación social debido al mensaje que se les está dando que si no trabajan en la televisión o en lugares con acceso a tecnología de información de última generación no podrán tener éxito en su vida profesional.

Por años la radio se consideró líderes en comunicación con un alcance eficaz hoy en día si bien es cierto la competencia es enorme los directores, administradores profesionales especializados en el área de la comunicación deben adaptarse a los

estándares que les exige el mundo globalizado, como bien se conoce el deporte es juego que une a millones de personas no ve género, raza, ni edad es un buen mercado donde competir presentando formatos de guías o manuales radiofónicos específicos, con un contenido fresco, dinámico interactuando con los oyentes adaptándose las necesidades de quienes gustan de este tipo de entretenimiento y para lograr aquello no es necesario lo último en tecnología pues requiere de preparación profesional conocer las estrategias adecuadas de mercado oferta y demanda en el área de la comunicación.

El presente proyecto se focaliza en plantear estrategias para que los programas deportivos del cantón Quevedo presenten un contenido de calidad en cada una de sus formatos que son transmitidos al aire, demostrando a las nuevas generaciones estudiantiles que se puede realizar un periodismo de calidad sin recurrir al sensacionalismo con una buena aceptación dentro de los enmarcado por la ley del Consejo de regulación y desarrollo de la información y comunicación.

#### **1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.4.1. Problema general**

- ✓ ¿Cómo analizar el contenido de los programas deportivos radiales de Quevedo en la formación profesional de los estudiantes de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo

##### **1.4.2. Sub problemas o derivados**

- ✓ ¿Cómo diagnosticar la incidencia de los programas deportivos en el contexto social de Quevedo?
- ✓ ¿De qué manera conocer los procesos de la comunicación en el desarrollo de información
- ✓ ¿Cómo diseñar una guía de producción radiofónica para crear un programa deportivo?

## **1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

**Área:** Comunicación social

**Campo:** Radiodifusión

**Línea de investigación de la universidad:** Educación y desarrollo

**Línea de investigación de la Facultad:** Talento humano educación y docencia

**Línea de investigación de la carrera:** Comunicación social

**Sub-Línea de investigación:** Contenido de los programas deportivos radiales de Quevedo y su incidencia en la formación profesional de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la universidad técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

**Delimitador temporal:** El proyecto investigativo transcurre en el año 2019

**Delimitador demográfico:** la problemática de la investigación se centra en el contenido de programas deportivos radiales y su incidencia en la formación de profesionales.

## **1.6. JUSTIFICACIÓN**

La propuesta que se presenta a través del proyecto es el análisis de contenido de los programas radiales de fútbol que se brinda en el cantón Quevedo y como incide en la formación de profesionales se justifica la investigación por el aporte que realiza a la comunidad en general demostrando que los programas radiales van muchos más allá de escuchar a locutores hablando y que se puede hacer un trabajo de calidad.

Este proyecto tiene su importancia porque a través de él se analizarán los diferentes mecanismos que ha incidido en que los programas radiales deportivos tengan una menor demanda, y como la tecnología le quito espacio a uno de primeros líderes en comunicación mundial, las estrategias que se pueden aplicar, los formatos que se deben incluir a fin de recuperar un mayor espacio en el mercado comunicacional influyendo en la juventud de forma positiva motivándolos a emprender proyectos similares donde se conozca de cerca las necesidades de la comunidad.

Los principales beneficiados del proyecto son los estudiantes quienes están arduos de conociendo y pueden analizar las estrategias a seguir para hacer de un programa de fútbol monótono tengan buenos rating de sintonía, las empresas radiales también se verán

favorecidas brindando la oportunidad de conocer el mercado y las necesidades en cuanto a  
bue programas de futbol se refiere.

## **1.7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. Objetivo general**

✓ Analizar el contenido de los programas deportivos radiales de Quevedo y su  
incidencia en la formación profesional de los estudiantes de la carrera de comunicación  
social de la universidad técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

### **1.7.2. Objetivo especifico**

- ✓ Diagnosticar la incidencia de los programas deportivos en el contexto social de  
Quevedo
- ✓ Conocer los procesos de la comunicación en el desarrollo de información
- ✓ Diseñar una guía de producción radiofónica para crear un programa deportivo

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

#### **2.1. MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1. Marco conceptual**

###### **La radio**

La radio es un medio de comunicación que nos ayuda a saber lo que pasa donde vivimos y en otros lugares, gracias al sonido, el cual viaja en ondas y puede cruzar el espacio; como su capacidad es tanta, se puede escuchar transmisiones radiales lejanas, porque el radio recibe señal por medio de una antena. La radio acompaña la vida diaria de la gente, se escucha en todos los países, las ciudades y nuestras comunidades. A través de la radio conocemos las decisiones que se toman en el poder político, en lo económico y cultural. Nos cuenta lo que pasa en la vida de las personas. Sus relatos pintan cada época, describen historias, hechos y sucesos de la historia, hábitos y costumbres del momento, (Ponce, 2018)

###### **La radio en el Ecuador**

Radio se fundó el 8 de noviembre de 1971, donde funcionaba en un edificio en la plaza de San Blas en el décimo primer piso, pasó un tiempo y se trasladó a la Checoslovaquia y Av. 6 de diciembre donde tuvieron socios realmente valiosos, gente que alimentaba un ideal. Finalmente, un día compraron el edificio donde labora actualmente en la Francisco Arízaga Luque.

La radio se convirtió en es un medio de comunicación colectiva con un enfoque editorial, de opinión orientadora, sobre un amplio espectro de temas que van desde la política, pasando por la vida cultural y, claro, la música en todas sus manifestaciones. El contenido y las perspectivas que ofrece Radio Visión se basan en la búsqueda seria de información calificada. Donde nuestra función es la de facilitar la comprensión de todos los temas que se tratan: tal objetivo debe entenderse como aporte educativo.

En consonancia con la diversidad social, económica y étnica del país, a los estudios son invitados ecuatorianos y ecuatorianas de orígenes y experiencias múltiples. Este pluralismo se patentiza en la apertura que se da a las sugerencias y comentarios que recibimos cotidianamente de quienes nos escuchan, (Oquendo, 2019).

### **Evolución de la radio**

La radio se considera por excelencia un medio de alcance masivo con una capacidad de persuasión extraordinaria, gracias al alto impacto que este posee sobre las masas, digamos, más vulnerables o en un caso similar, populares.

Al principio y mediados del año 30 el medio radiofónico encuentra un auge particular por los requerimientos de la población mundial en cuanto a información se refiere, acerca de acontecimientos varios, entretenimiento y cultura, nadie podría imaginar, para el momento, que la mayor fuente de actualización y espectáculo sería un instrumento beligerante entre los arsenales en un acontecimiento de dimensiones exuberantes, la segunda guerra mundial

Con los avances tecnológicos y las ondas hertzianas (ondas radioeléctricas) en pleno apogeo por su particular cualidad de realizar viajes extraordinarios sin requerimientos físicos, se visualizó una oportunidad sin igual y una arista más en la cual concentrar las fuerzas hacia el enemigo, la mente y voluntad de la población mundial, la cual estaba inmersa en un conflicto bélico, tanto físico, como psicológico, esto gracias al medio radiofónico y a los hombres que dictaron, (Pacheco, 2019).

### **Importancia de la radio**

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, estas características, a su vez, nos permiten utilizar diversos elementos creativos como voces, música y anunciantes en los comerciales. El comercial de radio no es más que una pieza publicitaria preparada para ser escuchada por este medio. Es la extensión de la campaña creada para ser colocada en la radio.

El mismo necesita de imágenes que vayan desde los ojos hasta la mente, solo se necesita persuadir al consumidor con un fuerte mensaje que a su vez, genere en el mismo, sentimientos positivos, con respecto al producto, esto es lo que constituye el éxito de un comercial de radio, (Ocampo, 2015).

## **Objetivos de la radio**

La radio es una superviviente por naturaleza, no olvidemos que la base de la radio está marcada por la misma esencia de la comunicación, y ésta, por su naturaleza, también forma parte de nuestro instinto de supervivencia. La radio como medio de comunicación tiene como objetivo la de:

- ✓ Educar
- ✓ Informar
- ✓ Integrar (Loor, 2016).

## **Estación de radio**

Una estación de radio es un conjunto de equipos necesarios para llevar a cabo la comunicación a través de ondas de radio. Por lo general, se trata de un receptor o transmisor, una antena y algunos equipos adicionales más pequeños necesarios para su funcionamiento. Las emisoras de radio desempeñan un papel vital en la tecnología de las comunicaciones, ya que dependen en gran medida de ellas para transferir datos e información en todo el mundo.

En términos más generales, la definición incluye los equipos antes mencionados y el edificio en el que están instalados. Una estación de este tipo puede incluir varias “estaciones radioeléctricas” definidas anteriormente (es decir, varios conjuntos de receptores o transmisores instalados en un edificio pero que funcionan de forma independiente, y varias antenas instaladas en un campo próximo al edificio). Esta definición de una estación de radio se conoce más a menudo como emplazamiento del

transmisor, estación transmisora, instalación de transmisión o estación transmisora, (Mendez, 2016).

## **Tipos de emisoras**

### **Radio FM**

- ✓ Las estaciones de radio FM funcionan en la banda de frecuencias atribuida al servicio de radiodifusión en la gama de 88 a 108 MHz a título primario.
- ✓ Los canales de radiodifusión en cuestión se ajustan a los planes regionales o nacionales de atribución de frecuencias
- ✓ Toda asignación de frecuencia es responsabilidad de la autoridad nacional

### **Radiodifusión FM de baja potencia**

- ✓ Una estación de radiodifusión FM de baja potencia (también radio FM de baja potencia) funciona con una potencia de 500 mw a 100W y puede cubrir un radio
- ✓ Normalmente emite contenidos educativos y no está autorizado a realizar operaciones comerciales.

### **Radiodifusión con modulación de amplitud**

- ✓ Las estaciones de radio AM típicas transmiten en frecuencias entre 525 kHz y 1605 kHz.
- ✓ Cuanto menor sea la frecuencia de transmisión de las estaciones de radiodifusión sonora con modulación de amplitud.

## **Radio por Internet**

- ✓ La radiodifusión por Internet (sonido o televisión) (abreviado: radio por Internet) es uno de los métodos
- ✓ Lo único que se necesita es un ordenador con una gran capacidad de almacenamiento.
- ✓ Una conexión a Internet de alta velocidad
- ✓ Un ejemplo de radio por Internet, (Mendez, 2016).

## **Programas deportivos radiales**

Programa deportivo en radio En 1920 la emisora KDKA de Pittsburg empezó a presentar por primera vez una programación radial. Dos años más tarde, en, por medio de la estación Radiola y exteriorizando con la filial de noticias Havas, promovió a exponer boletines deportivos e informativos de forma habitual.

Fruto de la evolución comunicativa, estos programas han ido adquiriendo con el tiempo su propia identidad, con una narrativa propia y un lenguaje específico. Programas en los cuales el deporte y la información deportiva son el eje central de sus contenidos en este apartado en encontramos recursos tales como: Informativos deportivos

- ✓ Magazines deportivos
- ✓ Flash de contenidos deportivos
- ✓ Tertulias deportivas

- ✓ Adelantos deportivos.
- ✓ Estos recursos son de características similares a las descritas en el
- ✓ apartado informativo. La diferencia radica en que la temática central
- ✓ de todas las informaciones obedece al campo deportivo.
- ✓ Podríamos hablar también de parrillas de programación completas
- ✓ dedicadas a este tema. De ahí se derivan formatos como las radio –
- ✓ formulas deportivas y emisoras de temática deportiva, (Loor, 2016).

## **Etapas de la producción de un programa de radio**

### **Preproducción de un programa de radio**

La preproducción es la parte principal de la producción de un programa de radio. La base. Es aquí donde se genera el proyecto, que nace a partir de una idea y se construye a través de una estructura: el proyecto. El productor elabora el proyecto, comenzando con la descripción del mismo, objetivos, target, estructura, organización, previsión de costes, tiempos, etc. Este proyecto será la columna vertebral de todo lo que venga a continuación. De él partirán los capítulos, los guiones, el decorado, el equipo, los invitados, los presentadores, etc.

Es el periodo más largo, y debe ser el más completo y trabajado, para que la producción sea viable y resulte de calidad. Tanto en radio como en TV un buen proyecto y unos buenos guiones son imprescindibles. Forman parte de este periodo las reuniones con el equipo de producción; la investigación de los temas; la elaboración de guiones literarios y técnicos; los presupuestos; la contratación de personal externo; sólo en TV; los permisos, los derechos de imagen, el alojamiento y manutención de los invitados (i fuera necesario, (Azón, 2018).

## **Producción de un programa de radio**

Es la fase de grabación de un programa radial. El proyecto ha quedado totalmente establecido en la preproducción, y ya se sabe que es viable. Ahora es el momento de pasar a la acción.

La realización, en el caso de TV y la grabación de audio en el caso de radio, son muy importantes. Los planos y las secuencias, (en TV) y el volumen y la ausencia de interferencias (en radio) hacen que una grabación tenga mayor o menor calidad. (Azón, 2018).

## **Postproducción programa de radio**

Es el momento de la edición, depende de ésta etapa, en gran manera, la calidad final del producto. Hay que eliminar los elementos disonantes de la grabación, los errores, etc., y pulir y mejorar los aciertos; incluir la musicalización (en radio puede haberse hecho durante la grabación); introducir los créditos y títulos (TV), etc. Al final de esta etapa, el producto está listo, aunque en las mejores productoras, se incluye un momento de evaluación del producto, antes de servirlo a los medios. (Azón, 2018).

## **Promoción programa de radio**

Dicen que “todo lo que no se publicita no existe”. Por eso, una vez finalizado el programa, sea de radio o de TV, es necesario “sacarlo a la luz”. Las productoras lo envían a los medios correspondientes, que los incluirán en su parrilla de emisión. Pero además puede ser interesante promocionarlo en Internet, a través de noticias, las redes sociales, Youtube o/y Vimeo, SoundCloud y/o Spotify, y demás plataformas, (Azón, 2018).

## **Los jóvenes y la radio**

La generación Global o generación G crece rodeada de un entorno digital cada vez más invasivo. Más que un producto, marca o personaje, los jóvenes compran actitudes y percepciones sociales que ya no sólo ven sino “viven” a través de los medios.

Si bien los niños y adolescentes de hoy son estimulados por las mismas cosas que anteriores generaciones (familia, amigos, pareja, seguridad, estabilidad emocional, salud), el frenético mundo en el que viven ha provocado el sobre posicionamiento de otras motivaciones: la preparación académica, la imagen, la conciencia (social, ecológica y política), la necesidad de estar siempre conectados, priman en el nuevo mundo.

Más allá de las dificultades que afrontan los hijos de la “aldea global”, una sociedad con jóvenes sobreexpuestos a la información, más adaptados y más influenciadores, ha promovido un importante cambio en el consumo. Hoy, han pasado de ser un “consumidor personal hedonista” a un “presumidos sociales integrado”, es decir, un individuo pro activo, curioso, exigente, cuyo consumo es resultado del manejo de

información, una persona motivada por el deseo de innovación y el compromiso con su entorno. La generación G busca coherencia, honestidad en vez de la hipocresía, modelos a seguir y no doble moral, (Ramos, 2015).

### **La radio como herramienta para el aprendizaje**

Cuando se habla del uso de las nuevas tecnologías en el aula de clase, debemos tener en cuenta todo el ecosistema de medios existente en el centro educativo y no solo hacer referencia al uso o no de una computadora, un celular o una tableta. Es importante tomar en consideración todos los medios disponibles en el centro educativo como la radio, la tv, retroproyector, entre otros, y fe y alegría apuesta a este uso integral de medios

Algunos de los beneficios que se destacan del uso de la radio como un recurso en el aula de clase son: desarrollo de trabajo colaborativo en el que cada uno dispone de un rol y funciones específicas, en el que el estudiante investiga, busca y selecciona información para comunicarlo posteriormente, (mundoescolar, 2017).

### **Formación profesional**

La formación puede definirse como una capacitación dentro del ámbito profesional. Es un proceso que suele incluir una base organizada y estructurada de conocimientos y una preparación práctica. El concepto se asocia más que nada al área académica y al área laboral. Por ejemplo, una persona que estudia una carrera universitaria recibe una formación profesional.

La carrera de una persona puede relacionarse mucho con la formación que recibe, ya que

esta ofrece una base de conocimientos y habilidades que el individuo puede después desarrollar por su cuenta o a través de estudios de posgrado, por ejemplo. Tradicionalmente se considera que la persona se forma a través de estudios técnicos y estudios universitarios, (Definicion, 2015).

### **Importancia de la formación profesional**

Es de gran importancia estar preparado profesionalmente por lo que implica el mundo de hoy. El mundo sigue girando, queramos o no, así que lo mejor para nuestros intereses, tanto personales como profesionales, es apostar por la formación continua como vía para permanecer actualizados y preparados para las nuevas circunstancias.

El mercado laboral sigue su curso y las empresas, en un escenario altamente competitivo, buscan nuevos servicios y productos para sobresalir del resto, lo que a su vez requiere de un capital humano en constante reciclaje, que sepa afrontar los retos tanto a nivel de competencias técnicas como de habilidades sociales.

Por tanto, la formación es crucial en el desarrollo personal y profesional de cualquier persona, por el impacto que genera a distintos niveles. La ampliación de las capacidades técnicas y habilidades sociales a través de acciones formativas nos posicionan en una situación de partida privilegiada para acceder al mercado de trabajo, para promocionar dentro de la compañía o para conseguir un empleo más satisfactorio en otra empresa, (Noelia Lopez Cheda, 2016).

## **Objetivos de la formación profesional**

En la actualidad, las necesidades de adaptación del mundo laboral, exigen cada vez más, personal con una cualificación profesional adecuada que garantice el ejercicio eficiente de cualquier oficio o profesión. La Formación Profesional del Sistema Educativo es un tipo de enseñanza formado por un conjunto de conocimientos y habilidades de carácter exclusivamente profesionalizados que capacitan al alumno para el posterior desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica.

- ✓ Desarrollar la competencia general correspondiente a la cualificación o cualificaciones objeto de los estudios realizados.
- ✓ Comprender la organización y características del sector productivo correspondiente, así como los mecanismos de inserción profesional.
- ✓ Conocer la legislación laboral y los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.
- ✓ Aprender a ser autónomos y a trabajar en equipo, así como a formarse en la prevención y resolución de conflictos.
- ✓ Trabajar en condiciones de seguridad y salud, así como prevenir los posibles riesgos derivados del trabajo.

- ✓ Desarrollar una identidad profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones a la evolución de los procesos productivos y al cambio social.
- ✓ Afianzar el espíritu emprendedor para el desempeño de actividades e iniciativas profesionales.
- ✓ Hacer realidad la formación a lo largo de la vida y utilizar las oportunidades de aprendizaje a través de las distintas vías formativas para mantenerse actualizado en los distintos ámbitos: social, personal, cultural y laboral, conforme a sus expectativas, necesidades e intereses.
- ✓ Fomentar la igualdad efectiva de oportunidades entre hombres y mujeres para acceder a una formación que permita todo tipo de opciones profesionales y el ejercicio de las mismas, (Murciaprofesional., 2015).

### **Las políticas públicas de orientación profesional**

La orientación profesional es un derecho a desarrollar mediante políticas públicas, con principios de equidad y justicia social, mediante actuaciones integrales

La orientación profesional eficaz significa analizar la historia profesional y vital de cada persona y proponer actuaciones que no dilapiden ese pasado. Si fuera posible habría que profundizar en capacidades, conocimientos, habilidades específicas, en los intereses o motivaciones, en relación con perfiles profesionales antes que puestos de trabajo concretos. Sin urgencia, pero en condiciones de viabilidad, es necesario contextualizar con la situación económica, del empleo, con las opciones reales de formación. Porque, si no

hay empleo, si hay sectores en declive, otros emergentes, deberemos buscar las interrelaciones posibles con el desarrollo profesional anterior para recalificar con sentido pragmático, sin plantearse objetivos inalcanzables o producir frustraciones, (Acosta, 2018).

### **Espectacularidad del periodismo deportivo**

Si mencionáramos el crecimiento abismal que obtiene año tras año la industria del entretenimiento deportivo, tenemos que referirnos al complemento para que este se desarrolle de dicha manera como es el periodismo deportivo.

El deporte permite tener una fuente inagotable de actualidad deportiva, no hablamos de su contenido repetitivo y en ciertos casos monótono, nos referimos a la constante rotación que vive el mundo de los deportes, los distintos eventos y los distintos resultados que arrojan, lo que permite mantener constantemente entretenido al consumidor de esta clase de información.

Jaime Pablo Domínguez menciona que “el periodismo deportivo posee una característica que a veces resulta controversial: la comprensión de la información como entretenimiento. (...) Este desequilibrio entre lo informativo y lo entretenido, o incluso la conversión de cualquier información en mero objeto de entretenimiento, se ha manifestado en reclamos hacia fenómenos, (Cadena, 2017).

### **Estrategia pedagógica para profesionales**

Los actuales y futuros escenarios laborales y sociales, están demandando cada día más a las universidades la formación de profesionales altamente calificados y comprometidos con la transformación de su entorno laboral y social. Estudios actuales apuntan a que estas aspiraciones institucionales no se alcanzarían si el estudiante no asume de manera activa y consciente un rol protagónico en su proceso de formación, trazándose metas a lograr con base en la reflexión y autovaloración crítica de sus posibilidades. La salida más viable para abordar y conducir la formación activa de los estudiantes en su formación profesional se ha trabajado desde los proyectos de vida profesionales.

Existe un número considerable de estudiantes de esta modalidad de formación que no dominan, su perfil profesional, las habilidades profesionales, los modos de actuación y aspectos relativos a la ética profesional, aspectos que en cierta medida condicionan debilidades en la formación de referentes (el deber ser) para la formación del profesional. De ahí, la necesidad de elaboración de una estrategia pedagógica que permitirá la implementación de los Proyectos de Vida Profesional como una herramienta que desde un enfoque personológico posibilite la participación activa, consciente y protagónica de los estudiantes de esta modalidad en el proceso de formación profesional, (Oriol Rodríguez , 2016).

## **Orientación Vocacional**

La orientación vocacional es un ámbito del que se ocupa tanto la ciencia de la educación como la comportamental, es decir la psicología, pues la toma de decisiones constituye un pilar fundamental en el desarrollo de la persona y en su aprendizaje, a lo largo de toda la vida. la importancia de la orientación vocacional como herramienta para la toma de decisiones, las etapas por las que pasa el ser humano para llegar a elegir una meta,

las como un nuevo recurso y las variables a tener en cuenta en todo instrumento de orientación.

La orientación vocacional tiene como misión la de resolver las necesidades que los estudiantes tienen en situaciones en las que deben tomar decisiones como, por ejemplo, el planteamiento de su futuro con la selección de la titulación a la que deseen acceder. Además, también abarca y, tiene en cuenta, las situaciones derivadas de la transición de una etapa a otra, desde que la persona es estudiante hasta que comienza a trabajar. El término proviene, tradicionalmente, de la terminología “vocare” la cual significa “llamar”. Es decir, todos los seres humanos tenemos el derecho de sentirnos “llamados” por algo a lo que llamamos “vocación”.

Son otras ciencias, como la psicología, las que vienen empleando desde hace años el término en otra dirección. Se decantan por analizar la búsqueda del equilibrio que se establece entre las necesidades de la persona para dar respuesta a las demandas de empleo existentes y a las exigencias de la propia persona. Es por ello por lo que entendemos la vocación como una parte del desarrollo psicosocial de la persona que afecta al ámbito afectivo, al cognitivo y al comportamental, que tendrá especial repercusión en la socialización del individuo. Podemos decir, por tanto, que lo vocacional está íntimamente ligado con el desarrollo de la persona, con su autoestima, con su auto concepto, con su propia identidad y, por ello, necesita de este equilibrio constantemente, (Domínguez, 2015).

## **Comunicación Efectiva**

La comunicación efectiva personal, en organizaciones y empresas es muy importante para conseguir objetivos y desarrollar relaciones personales- Los retos más complejos de la vida, tales como las relaciones sociales significativas (madre/padre-hijos, familia, pareja, trabajo, etc.).

Sea bien oral como escrita, la comunicación no es un asunto sencillo. La buena noticia es que la habilidad para comunicarte la puedes aprender. Siguiendo estas pautas, aprenderás a mejorar la comunicación efectiva y pronto notarás cambios a nivel de aceptación, confianza y desarrollo profesional. Este efecto comunicacional del que hablo es un efecto de atribución: interpretación o explicación que se hace acerca de las causas, motivos y razones de algún suceso (incluyendo creencias, actitudes y comportamientos) ya sea en otros o en el individuo que la hace, (Gómez, 2016)

### **Alteraciones comunicativas**

Una de las mejores maneras de aprender a comunicarnos efectivamente, es fijarnos y remediar nuestros errores. Existen ciertas alteraciones comunicativas que se dan con alta frecuencia en todo intercambio comunicativo.

- ✓ **Distorsión:** consiste en interpretar de forma parcial o subjetiva la información transmitida por nuestro interlocutor. Cuando escuchamos, debemos posicionarnos en el marco de referencia de la persona que habla e intentar aislar el nuestro, basado en nuestras experiencias y aprendizajes. Cada persona es un mundo.
  
- ✓ **Omisión:** dado que la capacidad atencional humana es limitada, normalmente perdemos parte de la información transmitida por nuestro interlocutor. Esto puede

llegar a frustrar y desmotivar a la persona con la que hablas. Intenta modular tu atención para asegurarte de recordar la información importante y filtrar la menos relevante. Para poder saber qué es importante debemos fijarnos en el lenguaje no verbal de nuestro interlocutor, que acentuará aquello con un mayor contenido emocional.

- ✓ **Generalización:** esta alteración, al contrario de las anteriores, se refiere a tus mensajes comunicativos en respuesta a los de tu interlocutor. Tendemos a generalizar una situación concreta a un “siempre, nunca, todo, nada, etc.”. Intenta evitar utilizar estas expresiones generalizando casos concretos que te transmita la persona con la que hablas. ¿Por qué? Esto provocará una sensación de incompreensión en tu interlocutor que se traducirá en rechazo y frustración hacia ti. (Gómez, 2016).

### **Aprendizaje y el desarrollo personal**

El mayor enemigo del aprendizaje y el desarrollo personal es nuestra forma de pensar. Si consideramos que nosotros somos perfectos y los demás unos malos comunicadores, jamás nos plantearemos qué es lo que podemos mejorar. Lo cierto es que todos nosotros tenemos puntos fuertes y débiles en los diferentes aspectos de la comunicación interpersonal. No hay una sola persona en el planeta que no necesite trabajar para mejorar su comunicación dado que se trata de un trabajo de por vida, nunca debemos bajar la guardia, (Gómez, 2016).

- ✓ Trabaja el asertividad
- ✓ Escucha antes de hablar

- ✓ Mantén una visión global
- ✓ Conócete

## **Los Medios de Comunicación**

“Los seres humanos son por naturaleza, seres sociales, lo que significa que el ser humano no sabe estar solo e incomunicado, la sociedad es construida por la comunicación y es por esta misma que puedes existir una sociedad, pues sin la comunicación no se podrían establecer reglas y normas “.

El autor establece que la definición comunicativa de las situaciones humanas es un factor clave de desarrollo de las mismas. El análisis de las situaciones dentro de los grupos sociales, de las comunidades y formas familiares, debe contar con el fenómeno según el cual según sea la definición de la situación dada por esos grupos humanos, así estará condicionada la realidad que dichos grupos vivan El concepto de medio de comunicación es aquel que se utiliza para designar a todos los soportes en los cuales puede ser transmitida una idea o mensaje. Hoy en día, sin embargo, el concepto es comúnmente relacionable con determinados soportes, más específicamente con los diarios o periódicos, la televisión, la radio, internet, las publicaciones gráficas, (Paredes, 2017).

## **La comunicación**

Es imposible encasillar en una sola definición lo que significa comunicación, cuando está atravesada por múltiples disciplinas de estudio como la psicología, antropología, sociología entre otros, la comunicación es la interacción de las personas que entran en ella

como sujeto. No solo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se necesitan como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto"

Partiendo de este concepto se entiende que la comunicación depende de una interacción entre dos personas, además que mantengan el conocimiento del mismo lenguaje y que se referencien en el mismo contexto, lo que generaría la posibilidad de interactuar; como menciona el científico (Cadena, 2017).

### **Competencia laboral**

Capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada. La competencia laboral no es una probabilidad de éxito en la ejecución del trabajo, es una capacidad real y demostrada. Diversos enfoques existen sobre el tema de competencia laboral, a continuación, algunos de ellos.

Capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, y no solamente de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes; éstas son necesarias, pero no suficientes por sí mismas para un desempeño efectivo. Ejercicio eficaz de las capacidades que permiten el desempeño de una ocupación, respecto a los niveles requeridos en el empleo. "Es algo más que el conocimiento técnico que hace referencia al saber y al saber-hacer". Construcción social de aprendizajes significativos y útiles para el desempeño productivo en una situación real de trabajo que se obtiene no sólo a través de la instrucción, sino también –y en gran medida- mediante el aprendizaje por experiencia en situaciones concretas de trabajo, (Chavez, 2017).

## Características de la competencia laboral

- ✓ **Es un concepto multidimensional.** Es importante entender que una competencia no es una actitud, un conocimiento o una habilidad aislada, sino la integración de todos ellos en el contexto de una determinada profesión y su ámbito de actuación.
- ✓ **Refleja la aportación más que la actividad o función en sí.** La competencia está escrita en términos de aportación del trabajador a la empresa. No se pretende reflejar cómo hace las cosas, sino qué hace en términos de aportación y del resultado de esa aportación.
- ✓ **Permanece en el tiempo.** Como vemos en el ejemplo anterior, la competencia tiene un carácter de permanencia en el tiempo. Pueden variar los medios utilizados para realizar la aportación, pero es difícil que varíe la aportación en sí
- ✓ **Su aplicación supone la consecución de un logro.** La competencia aplicada siempre produce un resultado positivo. No se tiene una competencia si, al aplicarla, no se logra lo que se deseaba; en ese caso no se es competente
- ✓ **Es mensurable.** La competencia se manifiesta a través de una serie de conductas observables en el trabajo diario, (GestioPolis, 2015).

## **Comunicación social**

Es imposible encasillar en una sola definición lo que significa comunicación, cuando está atravesada por múltiples disciplinas de estudio como la psicología, antropología, sociología entre otros. La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujeto. No solo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se necesitan como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto.

Partiendo de este concepto se entiende que la comunicación depende de una interacción entre dos personas, además que mantengan el conocimiento del mismo lenguaje y que se referencien en el mismo contexto, lo que generaría la posibilidad de interactuar; como menciona el científico ruso. Otros autores, como Marta Rizo, catalogan a la comunicación como la esencia de nuestra sociedad. Para que haya comunicación es necesario un sistema compartido de símbolos referentes, lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso comunicativo. Quienes se comunican deben tener un grado mínimo de experiencia común y de significados compartidos, (Cadena, 2017).

## **Tipos de comunicación**

Los tipos de comunicación son todas aquellas maneras en las que se puede transmitir una información determinada. Existe una gran cantidad de clasificaciones posibles, en función de variables como el número de interlocutores, el tipo de canal utilizado para transmitir el mensaje, o la intencionalidad de la comunicación.

- ✓ **Comunicación verbal oral:** se caracteriza por el uso de palabras, sonidos y expresiones en voz alta para transmitir un mensaje. Se trata de una de las principales formas de comunicación.
  
- ✓ **Comunicación verbal escrita:** Una manera alternativa de transmitir datos, pensamientos o ideas es la escritura. En el mundo moderno, gran parte de la comunicación que empleamos en nuestro día a día pertenece a este tipo. Así, dentro de esta categoría entrarían actos como escribir un mensaje, leer un libro o publicar un post en una red social.
  
- ✓ **Comunicación no verbal:** Dentro de esta clasificación, el último tipo de comunicación es el que tiene que ver con todos aquellos elementos no relacionados directamente con palabras. Cuando estamos manteniendo una conversación, existen muchos otros niveles que pueden transmitir ideas, pensamientos y sentimientos que no tienen que ver con el lenguaje oral o escrito.
  
- ✓ **Comunicación colectiva:** El rasgo distintivo de la comunicación colectiva frente a la individual es principalmente la intencionalidad del emisor. En este tipo de intercambio de información, quien crea el mensaje pretende influir no solo en un interlocutor, sino en varias personas a la vez.
  
- ✓ **Comunicación interpersonal:** La comunicación intrapersonal es distinta a otros tipos en el sentido de que, en ella, el emisor y el receptor son la misma persona

- ✓ **Comunicación de masas:** El último tipo de comunicación en función de los participantes es la que se da cuando un solo emisor transmite un mensaje a un gran número de receptores anónimos, (Alejandro Rodríguez Puerta, 2015).

### **Tecnologías de la comunicación**

Referirse a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, expresar fascinación por sus alcances y potencialidades, y hacer uso de ellas en múltiples momentos y espacios de nuestra actividad cotidiana se ha convertido, prácticamente sin que nos percatemos, en una constante. Las sociedades en la actualidad se caracterizan por poseer flujos diversos y abundantes de información y comunicación. Un escenario poblado de imágenes, íconos, figuras que provienen de diversas latitudes y que obligan a una resemantización de diálogos, de percepciones, del sí mismo, de conocimientos, y que señalan que ya no alcanzan los conocimientos que poseíamos de antaño acerca de la comunidad y del entorno inmediato.

En un siglo hemos pasado del aparato radiofónico que nos permitió escuchar voces de entornos alejados, a la cinematografía en blanco y negro, al color, a los efectos especiales y a los personajes creados por computadoras; de las casi primeras imágenes de la TV que mostraron el alunizaje del hombre a la instantaneidad de las noticias e imágenes de los acontecimientos mundiales.

Las diferencias de percepción, recepción y procesamiento de la información repercuten entre diversos grupos de personas de distintas edades. La dinámica entre las personas y las instituciones o la interacción entre los seres humanos y sus obras ha dado

consecuencias de diferentes magnitudes. En términos pedagógicos o mejor borgeanos se puede decir que la circularidad es el acercamiento a lo infinito. Un proceso puede ser causa o consecuencia según el momento que hagamos para conceptualizarlo y sintetizarlo. A diferencia de la comunicación convencional como la que ofrecen la televisión y la radio tradicional los nuevos instrumentos permiten que sus usuarios sean no sólo consumidores sino también productores de sus propios mensajes, (Veracoechea, 2015).

### **Evaluación en la formación profesional**

**Evaluación diagnóstica o inicial:** Es la determinación de la presencia o ausencia en un alumno de capacidades, habilidades motrices o conocimientos. En ella se recibe también información sobre la motivación del alumno, sus intereses, etc. Es la determinación del nivel previo de capacidades que el alumno tiene que poseer para iniciar un proceso de aprendizaje y la clasificación de los alumnos por medio de características que están relacionadas con formas de aprendizaje. Mediante la evaluación se determinan las causas fundamentales de las dificultades en el aprendizaje.

**Evaluación formativa o de procesos:** Es la realimentación del alumno y del profesor sobre el progreso del alumno durante el proceso de aprendizaje y la identificación de los problemas más comunes de aprendizaje para solucionarlos mediante actividades y organizar la recuperación. Se realiza durante todo el proceso de aprendizaje.

**Evaluación sumativa o final:** Es la que certifica que una etapa determinada del proceso, pequeña o grande, se ha culminado o la que se realiza cuando se deben tomar

decisiones en caso de competencia entre varias personas: puestos limitados, oposiciones, etc. (Cruz, 2015\*).

## **Rol del periodista**

Su deber es indagar y aportar con todo lo que pueda servir para estructurar un trabajo serio, digno, limpio, que tenga la contundencia y el impacto necesarios para que las autoridades se sensibilicen y bajo la vigilancia de la sociedad esclarezca los hechos, establezcan responsabilidades.

El periodista no puede cambiar, mayoritariamente, la realidad ni transformar las estructuras de un país. Pero sí puede contribuir en forma significativamente con la calidad de la democracia: con un trabajo inteligente, a veces sutil y otras abierto, tiene la posibilidad de orientar a los ciudadanos para que exijan sus derechos, cumplan sus deberes y sean conscientes de que la democracia no termina al sufragar, sino que empieza cada día, ejerciéndola de manera profunda, soberana.

Medios que canalicen ideas con voces que vayan más allá de las de siempre; que den espacios a nuevos actores para generar inquietudes e inconformismos que luego pasen a la acción; que el papel impreso sea el vínculo para entendernos como sociedad, para discernir los porqués que se esconden detrás de nuestros más profundos desconocimientos e ignorancias, (Novoa, 2015).

## **Periodismo de Opinión**

Interpretar la noticia no debe confundirse con ofrecer una opinión de la noticia. El reportaje profundo debe también interpretar los hechos. Ahora bien, esta interpretación, propia del gran reportaje, no es la interpretación valorativa la opinión propia de la crónica o del artículo de tesis. Interpretar, en el campo del reportaje, significa definir al máximo, agotar el tema de modo que no quede nada importante sin decir; que no queden “cabos sueltos”.

Interpretar significa, además de análisis científico, dar los antecedentes del hecho y su probable alcance o consecuencias posibles... Pero insistimos interpretar, en el reportaje, no puede ser nunca opinar. El reportero narra, expone, describe, descubre; no opina. “Los periódicos ha dicho un periodista norteamericano deben informar tan cabalmente que cada lector pueda ser su propio intérprete, su propio editorialista, (Rodríguez & Valencia, 2016).

## **Modelo para el estudio de los géneros radiofónicos**

De la combinación de los ámbitos de clasificación y de las variables descriptivas se propone el siguiente modelo para el estudio de los géneros radiofónicos: La aplicación de este modelo a todos los discursos de la radio es el siguiente paso para establecer una nueva tipología de los géneros radiofónicos que actualice los ya descritos, e incorpore los nuevos modos de contar que la radio ha acuñado en su evolución histórica. Sólo realizando una descripción homogénea y exhaustiva de cada uno de los modelos de enunciación y de

lectura predominantes en la radio actual será posible recomponer y actualizar dicha clasificación.

Las condiciones de producción cultural que se inauguran en los escritos, establecen una nueva forma de relación entre editor y autor, que a su vez marcará la relación del escritor con la escritura. Magazín deportivo es de un formato más largo y más variado que el programa deportivo, pues incluye entrevistas, tertulias y comentarios de emisión nocturna Deportivos, transmisiones, transmisiones de las competencias en el campo del deporte, las tiras periodísticas, en ocasiones se complementan y retroalimentan. Dice el periodista deportivo Mariano “la tira y la transmisión del fútbol se complementan, pero en definitiva depende de cómo acostumbres a la gente, (Rodríguez & Valencia, 2016).

### **Objetivos de la radio**

“La radio es una superviviente por naturaleza, no olvidemos que la base de la radio está marcada por la misma esencia de la comunicación, y ésta, por su naturaleza, también forma parte de nuestro instinto de supervivencia”. Educar de una manera que se prioricen los acontecimientos de relevancia para el público consumidor de radio puesto que siendo el medio comunicacional con rapidez de generar información es de suma importancia destacar que se ejecutan programas dedicados a la educación espiritual, lingüística, (Gómez, 2016).

La radio como medio de comunicación tiene como objetivo la de: Informar con inmediatez, ya que al ser un medio hablado se prioriza la interacción audible, esto conlleva a una verdadera integración comunicativa esto es emisor y receptor dando una

cosmovisión diferente de los demás canales comunicativos y que a lo largo de su vida útil en la sociedad mundial presta un servicio indispensable.

Integrar a una sociedad específica, puesto que lo audible genera una reacción en cadena a la hora de dar una información, se crean nudos críticos en la colectividad en base a las informaciones dadas, esto involucra a los radioescuchas y llama a ser partícipes constantes de la comunicación en radio

- ✓ Educar
- ✓ Informar
- ✓ Integrar

## **2.1.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1.2.1. Antecedentes investigativos**

La radio posibilita a un receptor que imagine lo que se le está transmitiendo, creando sus propias imágenes mentales. La información que se transmite es inmediata y el mensaje debe caracterizarse por ser claro, breve y conciso para un mejor entendimiento. Este medio de comunicación construye sentidos y significados en un sentido productivo orientado hacia un público definido esencialmente como consumidor. También se aproxima y aborda hechos, circunstancias, y al hacerlo los pone en común. Esto quiere decir que los comunica. Al ponerlos en común es cuando se genera un campo de experiencia compartida destacando que compartir es un requisito para significar.

Este medio ha estado vinculado a los avances tecnológicos desde hace bastante tiempo, ha venido experimentando un proceso evolutivo imparale, marcado por etapas suficientemente definidas. No cabe duda que, entre los medios de comunicación masivos, la radio es uno de los más importantes. Desde principios de siglo la radio ha venido a ser esa voz que ha llegado de una forma singular y a manera pluralista en una comunidad, (Becerra, 2015).

Oriol Reina Rodríguez Profesor Centro Universitario Municipal de San Juan y Martínez Universidad de Pinar del Río “Hermanos Saiz Montes de Oca” dice que deporte hoy en día, con su crecimiento e influencia en un gran sector de la población junto con su explotación mundial en las trasmisiones televisivas que ha permitido a los medios de comunicación mayores oportunidades de entretenimiento, se ha convertido en un fenómeno social de gran importancia por ello la radio tiene una gran acogida. La multiplicación de espectáculos deportivos (como ligas, circuitos o torneos), federaciones nacionales, clubes deportivos, centros vacacionales, organizaciones deportivas, el fenómeno de las tiendas de ropa deportiva en incluso las de artículos deportivos, los gimnasios, así como los centros de entrenamiento funcional o incluso hasta las plazas ahora albergan grupos deportivos que de manera sistemática se reúnen a entrenar las masas, (Adarmes, 2016).

Violeta Gómez Licenciada en Biología. Mención Ecología. Universidad Central de Venezuela. Indica. Los actuales y futuros escenarios laborales y sociales, están demandando cada día más a las universidades la formación de profesionales altamente calificados y comprometidos con la transformación de su entorno laboral y social. Es así

que las universidades de hoy han planteado proyectos que mejoren los sistemas educativos en el área de la comunicación.

Por otro lado, Oriol Rodríguez aduce que Estudios actuales apuntan a que estas aspiraciones institucionales no se alcanzarían si el estudiante no asume de manera activa y consciente un rol protagónico en su proceso de formación, trazándose metas a lograr con base en la reflexión y autovaloración crítica de sus posibilidades así lo manifiesta (Oriol Rodríguez , 2016).

Esther Azón productora de TV & Redactora Avalada por programas de cocina, redactora del libro el mundo comunicativo señala que la comunicación es uno de los pilares fundamentales de la sociedad, para su desarrollo y evolución, la misma tiene que ser procesada y emitida con una estructura sólida, que permita una buena recepción en la sociedad. El campo de la comunicación es muy extenso, para ello no necesitaríamos un solo ensayo; sino tal vez un libro completo como los existentes, para ir describiendo todos los campos de acción hasta donde llega la palabra comunicación. La comunicación no solo se basa en el aspecto de emisor, mensaje y receptor; sino que en tal proceso existen varios factores que hacen de la comunicación una disciplina importante en los campos sociológicos, sociales, psicológicos en esto coincide con, (Pilatasig, 2019).

Los medios de comunicación, sin duda alguna, hoy en día juegan un papel muy importante en la sociedad, puesto que son portadores, voceros y difusores de gran cantidad de información que llega desde y hacia cada persona. Es posible agrupar a los medios de comunicación social en dos categorías; en primera instancia los impresos y en segunda instancia los audiovisuales. Dentro de los medios impresos se pueden identificar la prensa,

las revistas y dentro de los medios audiovisuales, se encuentran la televisión, internet, radio, ente otros.

El acto de comunicar es un proceso complejo en el que dos o más personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información. En este capítulo se explicitará la definición de radio, con un recorrido preliminar en la historia, presentando las características de este medio, el concepto de emisora los tipos y la presentación del surgimiento y evolución, (Becerra, 2015).

Villegas, Adrián escritor canadiense del libro *La Formación Educativa* indica que cada vez son más las instituciones educativas, incluso universitarias, que posibilitan realizar algunos de sus cursos a través de Internet. Estas instituciones expiden títulos y certificados acreditativos que confirman los conocimientos demostrados por los estudiantes. Con estas acreditaciones se abren nuevas posibilidades de acceso al mundo laboral.

Esto supone un gran salto adelante para muchas madres jóvenes que necesitan permanecer en casa para el cuidado de sus hijos, en unos años clave para su formación laboral y el inicio de su inserción en el mercado de trabajo. Las nuevas tecnologías cambian nuestra relación con el entorno y, lo que es más importante, nos dan nuevas oportunidades que antes no teníamos. Una buena gestión de estas nuevas oportunidades permite solventar problemas que hasta ahora parecían irresolubles, (Villegas, 2016).

La revista inglesa *Economade* en uno de sus artículos publicó los medios han cambiado. Sigue haciéndolo. En forma y en contenidos. Podemos ver que cada vez hay más contenidos de información y análisis sobre medio ambiente y ecología, pero no abundan en los medios tradicionales. A veces hay que buscarlos con lupa para encontrarlos.

Para aquellos a los que les preocupa la salud del Planeta, que quieren conocer qué iniciativas se desarrollan a nivel ambiental, que esperan escuchar propuestas y opiniones rigurosas al respecto, elaboramos una lista con los programas de radio y televisión que se dedican en exclusiva a esta materia y con contenidos que los avalan. (En breve publicaremos una lista con las páginas y blogs especializados para los que prefieran la lectura o quieran compaginarlo).

En las emisoras convencionales, y también en las nuevas y pequeñas que van surgiendo, encontramos varias propuestas interesantes. Puedes escucharlo por la vía tradicional o puedes descargar los podcasts y escucharlos cuando quieras, (*Economade*, 2015).

Cadena, Luis en su tesis doctoral realizada en la Universidad de Cuenca sobre los nuevos programas deportivos radiales indica que si mencionáramos el crecimiento abismal que obtiene año tras año la industria del entretenimiento deportivo, tenemos que referirnos al complemento para que este se desarrolle de dicha manera como es el periodismo deportivo. El deporte permite tener una fuente inagotable de actualidad deportiva, no hablamos de su contenido repetitivo y en ciertos casos monótono, nos referimos a la constante rotación que vive el mundo de los deportes, los distintos eventos y

los distintos resultados que arrojan, lo que permite mantener constantemente entretenido al consumidor de esta clase de información.

El periodismo deportivo posee una característica que a veces resulta controversial: la comprensión de la información como entretenimiento. Este desequilibrio entre lo informativo y lo entretenido, o incluso la conversión de cualquier información en mero objeto de entretenimiento, se ha manifestado en reclamos hacia fenómenos como el del llamado, (Cadena, 2017).

Robín Napoleón Novoa señala que cuando se tiene pensado hacer un programa de radio, la mayoría de gente casi siempre se imagina que únicamente consiste en sentarse delante de un micrófono, sin embargo, hacer radio no es tan sencillo como parece. Tampoco es tan complejo, pero como todo producto comunicacional requiere de un diseño previo que lo sustente. La producción de un programa de radio necesita de un proceso minucioso de planificación. La improvisación y la informalidad no son admitidas, cuando es preciso disponer de una investigación que justifique la propuesta del programa en lo referente a la audiencia y a las necesidades sociales de información. En otras palabras, se debe pensar en aspectos como el público objetivo del programa, el tipo de locución del conductor, la participación de la audiencia y la línea musical del programa.

La radio produce una determinada relación entre el emisor y el receptor, un espacio comunicativo donde la voz del locutor se provee de una especial significación, la particularidad del medio compromete al profesional a transformar su voz en una herramienta de trabajo flexible, que pueda estimular la mente del radioescucha, la reproducción de cualquier imagen, sensación y emoción. Es así, que la función de la radio

es la difusión de mensajes, los cuales deben llegar al radioescucha de la manera más clara posible.

Los medios de comunicación buscan transmitir información. Este es el principal problema que se encontró en esta investigación, pues el espectador, es un sujeto pasivo que se dedica a aceptar la información otorgada. Un caso similar tiene la educación tradicional donde el educador deposita sus conocimientos en la mente del educado, para que éste a través de nociones inculcadas modifique su percepción del mundo de acuerdo a las necesidades del educador, ha esto se lo llama comunicación bancaria (Novoa, 2015)

A lo largo de los años el periodismo deportivo encontró varios espacios en la parrilla de programación de medios radiales. Al inicio comenzó como una opción para variar los contenidos emitidos por las emisoras de radio logrando así abarcar una mayor cantidad de oyentes, pero con el paso del tiempo el público que gustaba de los deportes aumentó, lo que motivó a tener medios especializados en esta rama informativa, convirtiéndose en la actualidad, una necesidad de los medios por brindar esta clase de géneros periodísticos, que van desde pastillas de un minuto a programación.

Luis Rubén Cadena comunicador señala que el periodismo deportivo al ser tomado como un espectáculo pierde su rigor informativo, es muy común ver portadas de diarios, programas de radio y televisión botar varios nombres como posibles fichajes de los equipos más importantes a nivel mundial, es común hablar sobre sus relaciones sentimentales antes que su desempeño en el terreno de juego

Estos trabajos son los que de alguna forma se acercan al objetivo final de nuestra investigación, cada uno de ellos dieron un aporte para continuar exponiendo los mensajes que emiten los programas deportivos de nuestra ciudad y cuál es la mutación que el periodismo deportivo está sufriendo, hoy con la banalización de contenidos como mecanismo para aglutinar audiencias y no solo informar, sino por el contrario, alcanzar el éxito en base al entretenimiento, (Cadena, 2017).

Jorge Rodríguez y Andrés Valencia expresan que para la elaboración de esta tesis se realizó una mirada desde la sociología de los medios que busca observar en detalle todas las variantes, principalmente de tipo humano, que ejercen influencia en la elaboración de los contenidos mediáticos. La metodología utilizada fue cualitativa, con la cual se realizó un proceso de observación y de interpretación donde el porqué de producir la radio implica una sensibilidad específica, en la que en parte hay que predecir el gusto del oyente, pero a la vez proponerle nuevas opciones para dirigir su gusto a ciertas elecciones. La investigación se concentró básicamente en el estudio de las preferencias de la audiencia a la hora de escuchar radio y cómo se puede aprovechar este estado del receptor para infundir nuevos contenidos en la audiencia y obtener una respuesta positiva

La radio es uno de los medios de comunicación menos estudiados, pues no se han hecho suficientes investigaciones sobre el mismo. Por esto, el proyecto expuestas son solo una parte de lo que se puede investigar sobre este medio masivo que en la actualidad sigue ocupando un lugar importante en la sociedad. Además, el autor señala que el periodista deportivo cae en errores muy comunes como el de hacer publicidad, incluir datos falsos para vender la noticia, inflar la información y hacerla ver más llamativa de lo que realmente es, (Rodríguez & Valencia, 2016).

### 2.1.2.2. Categoría de análisis

#### **Categoría de análisis 1:** Contenido de los programas deportivos radiales

**Definición.** –Programas transmitidos diariamente basados en hechos deportivos de todas las disciplinas físicas, se narra el acontecer y sucesos que involucra a jugadores y equipos para ello los locutores utilizan manuales en un orden cronológico lo que será emitido al radioyente.

#### **Operacionalización de las subcategorías**

- ✓ Manuales y guías radiofónicas
- ✓ Estructura de producción y programación
- ✓ Estrategias para captar la atención.

#### **Categoría de análisis 2:** Formación profesional

**Definición.** – Constituye uno de los pilares fundamentales de las sociedades modernas en la preparación de los alumnos para las actividades en un campo profesional y facilitar su adaptación para las modificaciones.

#### **Operacionalización de las subcategorías**

- ✓ Sistema educativo
- ✓ Aprendizaje

✓ Conocimiento

### **2.1.3 Postura teórica**

Para Pilatasig Henry manifiesta en su tesis doctoral sobre la radiodifusión actual que:

Hoy en día la radio se la mira de distinta manera, gracias a su masificación, antes los medios de comunicación causaban una admiración y respeto. Todos los grandes descubrimientos, inventos, y las aportaciones del hombre hacia la sociedad tienen su historia, códigos, y técnicas. La radio es otro de los grandes inventos que está en constante desarrollo.

(Pilatasig, 2019) también indica que en la actualidad se puede encontrar manuales radiofónicos que ayudan a realizar y poner en práctica distintos formatos radiales; pero no existen manuales específicos que conjuguen la teoría con la práctica. Tanto la Radio, así como el comunicador social, necesita de una guía que le permita instruirse de una manera didáctica, la cual le lleve a su auto preparación y elaboración de un formato radiofónico.

Señala que actualmente el deporte es un negocio que mueve millones de dólares al año que más gente se suma a su pasión viéndola como un entretenimiento de su caótico y estresado mundo laboral es ahí donde la radio debe abarcar presentando la producción de un programa deportivo de radio con un contenido completo, pero para ello necesita de un proceso minucioso de planificación. La improvisación y la informalidad no son admitidas, cuando es preciso disponer de una investigación que justifique la propuesta del programa en lo referente a la audiencia y a las necesidades sociales de información. En otras

palabras, se debe pensar en aspectos como el público objetivo del programa, el tipo de locución del conductor, la participación de la audiencia y la línea musical del programa, (Novoa, 2015).

Mi postura teórica de cuanto a lo citado y las variables del proyecto investigativo expuesta es que la radio es un medio de gran importancia y aceptación a nivel nacional a su vez la función con programas deportivos le convierte en una fusión perfecta que puede tener una gran sintonía y acogida con un contenido deportivo de nivel alto. El arte de hacer radiodifusión en el país, está perdiendo toda validez, porque este medio es utilizado para transmitir la música del momento, repetir las mismas bromas a diario y sobre todo, difundir lo que otros medios ya lo difundieron.

De manera que toda actividad periodística del país no se desarrolla de una manera neutral, y que la mayoría de los periodistas deportivos defienden el medio en que laboran. Otro problema que afecta al quehacer del medio, es la polifuncionalidad de los reporteros, lo cual dificulta la realización de un análisis de profundidad sobre un determinado tema, (Novoa, 2015) en su tesis de grado indica que para realizar un buen periodismo es tener pasión y constancia la radio ecuatoriana aún tiene una aceptación por lo tanto debe aprovechar para su buen uso y aporte social.

## **2.2. HIPÓTESIS**

✓ Analizando los contenidos de los programas deportivos radiales de Quevedo influirá en la formación profesional de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la universidad técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

### **2.2.1. Hipótesis general básica**

✓ Analizando los contenidos de los programas deportivos radiales de Quevedo influirá en la formación profesional de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la universidad técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

### **2.2.2 Sub hipótesis o derivadas**

- ✓ Diagnosticando los programas deportivos se examinará el contexto social de Quevedo
- ✓ Se logrará conocer los procesos de la comunicación en el desarrollo de información
- ✓ Diseñando una guía de producción radiofónica permitirá desarrollar un buen programa deportivo

### **2.2.3. Variable**

#### **2.2.3.1 Variable independiente**

Contenido de los programas deportivos radiales

#### **2.2.3.2 Variable dependiente**

Formación profesional

## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Resultados obtenidos de la investigación**

##### **3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas**

Para conocer los resultados finales de análisis e interpretación y selección de información se procedió a aplicar una serie de métodos y estrategias para obtener datos de acuerdo a la problemática tratada de las dos variables del proyecto investigativo. La

aplicación de la metodología inductiva, deductiva, analítica, bibliografía de campo y sintética junto con las técnicas de entrevista y encuesta abordaron los temas del contenido de los programas radiales transmiten al público oyente evaluando las necesidades.

Tipo de valoración: La valoración que se le da a la investigación es de tipo investigativa, informativa, crítica y constructiva sobre el contenido radial de los programas deportivos que son transmitidos diariamente en las diferentes emisoras. Las preguntas elaboradas para los estudiantes que son los principales beneficiados de la investigación son tipo abierta y cerrada exponiendo sus conocimientos y dudas. A continuación, se detalla el tipo de preguntas con las alternativas que se abordarán.

- a) Si
- b) No
- c) A veces

### **3.1.2 Análisis e interpretación de datos**

Para el análisis e interpretación de datos se seleccionará la información concerniente al contenido que emiten los programas radiales deportivos y su forma como inciden en el aprendizaje de los estudiantes, el propósito del proyecto es ser una guía educacional de cómo hacer un periodismo de calidad.

La investigación abarca varios puntos de importancia y que tienen relación directa con el contenido de los programas radiales que actualmente están al aire como el bajo

rating que presenta la falta de manuales o guía radiofónica, la competencia con el internet y la televisión son temas que se expondrán analizándolos desde diferentes puntos de vista emitiendo opiniones que aportarán al tema.

El talonario de preguntas que se utilizaran en la escueta esta detallado de forma precisa y de fácil entendimiento para que el sondeo sea efectuado de forma rápida dando paso a realizar los cuadros y figuras estadísticas, seguido por un análisis que se ejecuta en cada una de las preguntas.

### **Encuesta realizada a los estudiantes de comunicación social**

**¿Suele sintonizar la radio para escuchar programas de contenido deportivo?**

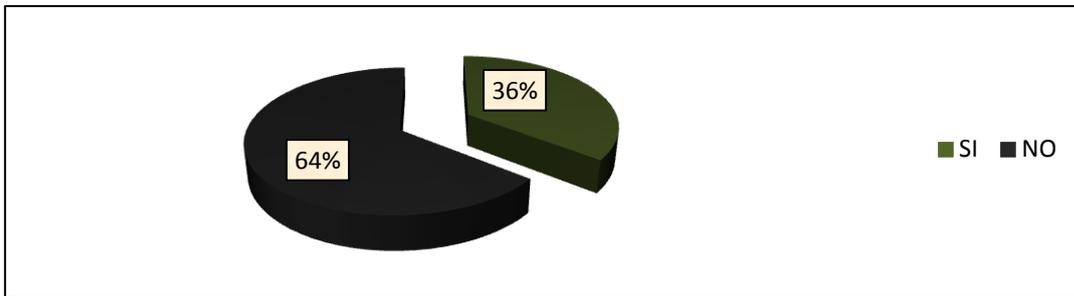
*Tabla 1. Sintonización de la radio*

<b>OPCIÓN</b>	<b>INSISTENCIA</b>	<b>PARTICIPACIÓN</b>
<b>SI</b>	70	36%
<b>NO</b>	127	64%
<b>TOTAL</b>	197	100%

Fuente: Estudiantes de comunicación

Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Gráfico 1. Sintonización de la radio**



Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Análisis.** –El 64% de los estudiantes encuestados señalaron que no sintonizan la radio para escuchar los sucesos que se dan en el deporte, y un 36% manifiesta que si lo hace porque si suelen dar buenos programas.

**Interpretación.** –Como se observa la gran mayoría no sintoniza los programas radiales deportivos porque aducen que no son buenos y que su contenido se basa solo en pasar solo publicidad y no información.

### ¿Cómo califica los contenidos de los programas deportivos radiales?

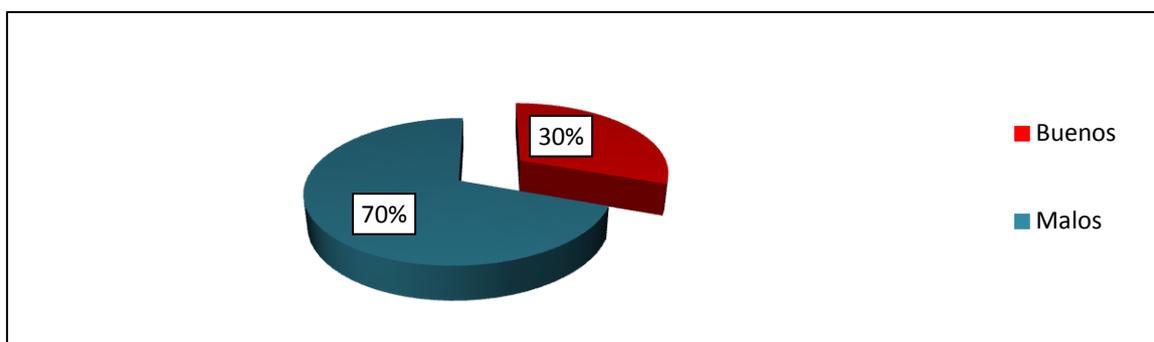
**Tabla 2. Contenidos de programas**

OPCIÓN	INSISTENCIA	PARTICIPACIÓN
Buenos	60	30%
Malos	137	70%
TOTAL	197	100%

Fuente: Estudiantes de comunicación

Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Gráfico 2.** *Contenidos de programas*



Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Análisis.** – La encuesta demuestra que el 70% de los encuestados aseguran que los programas radiales que actualmente se transmiten son malos, mientras que un 30% indica que algunos programas que se mantienen al aire transmiten información que es buena.

**Interpretación.** –Se puede observar que la mayoría de los estudiantes encuestados indican señalan que no le gustan los programas radiales deportivos por el contenido pobre que estos tienen en cuanto a la información que dan.

**¿Qué le molesta de los programas deportivos radiales?**

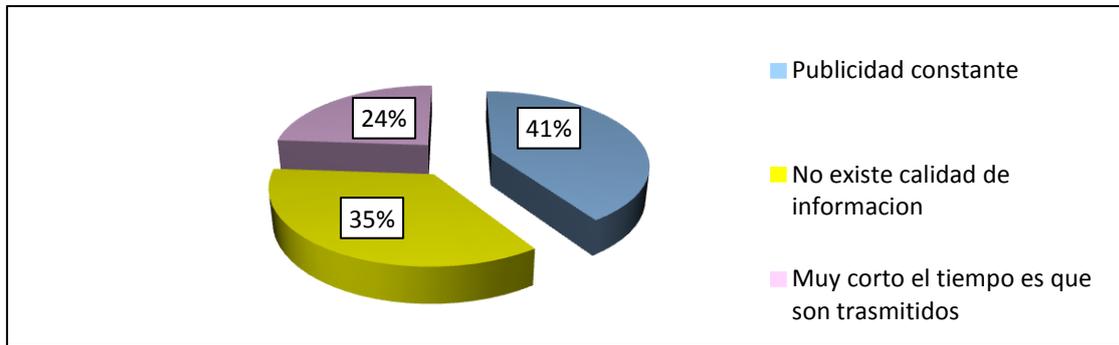
**Tabla 3.** *Programas deportivos*

OPCIÓN	INSISTENCIA	PARTICIPACIÓN
Publicidad constante	80	41%
No existe calidad de información	70	35%
Muy corto el tiempo es que son transmitidos	47	24%
<b>TOTAL</b>	197	100%

Fuente: Estudiantes de comunicación

Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Gráfico 3. Programas deportivos**



Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Análisis.** –El 41% de los encuestados indica que les molesta de los programas radiales en la publicidad constantes, mientras que el 35% señala que no existe calidad de la información y un 24% revela que unos programas deportivos que transmite la radio son buenos, pero es muy corto el tiempo al aire

**Interpretación.** –Como se observa las molestias preferencias son variadas de acuerdo a las necesidades del radioyente que gustan de programas radiales.

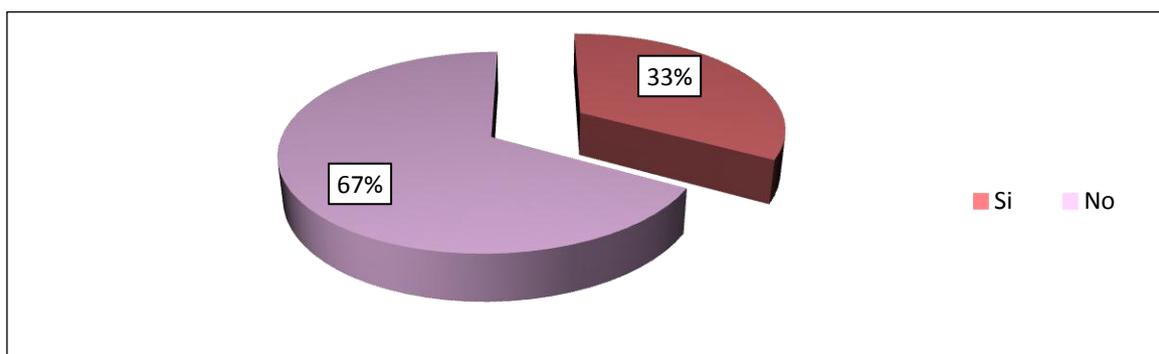
**¿Los actuales programas deportivos satisfacen sus expectativas?**

**Tabla 4. Expectativas**

OPCIÓN	INSISTENCIA	PARTICIPACIÓN
Si	65	33%
No	132	67%
TOTAL	197	100%

Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Gráfico 4. Expectativas**



Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Análisis.** –Un 67% señala que los programas deportivos actuales que son transmitidos no satisfacen sus expectativas en cuanto a la información que deberían contener, y un 33% manifiesta que sí que informan de forma completa.

**Interpretación.** – Los programas radiales deportivos que son transmitidos por las diferentes emisoras Quevedeñas no satisfacen en cuanto la información deportiva que deberían de contener.

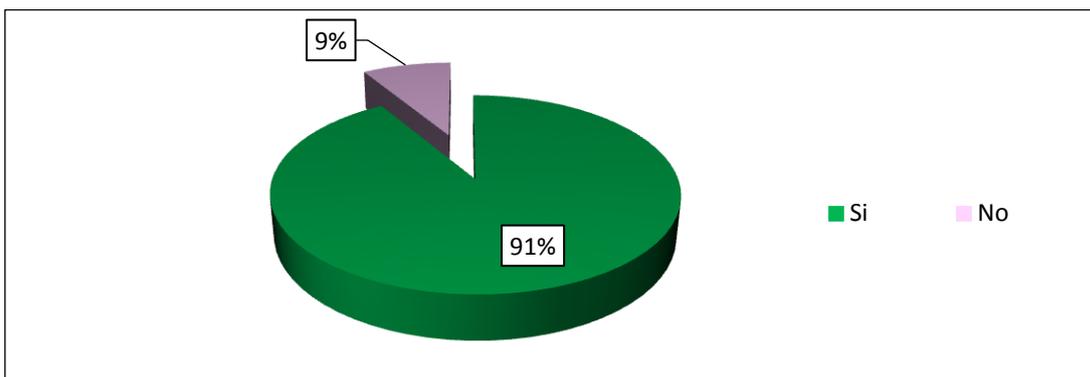
**¿Considera usted que un programa deportivo debe abarcar varias disciplinas?**

**Tabla 5. Disciplinas deportivas**

OPCIÓN	INSISTENCIA	PARTICIPACIÓN
Si	180	91%
No	17	9%
<b>TOTAL</b>	<b>197</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Gráfico 5. Disciplinas deportivas**



Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Análisis.** –Del total de encuestado un 91% señala que los programas deportivos radiales si debería abarcar otras disciplinas y solo un 9% que un porcentaje señalo que no.

**Interpretación.** –La gran mayoría de los encuestado indica que se debe incluir otras disciplinas deportivas en los programas radiales que son trasmitados ya que no hay mucha información sobre los logros deportivos por los que compiten.

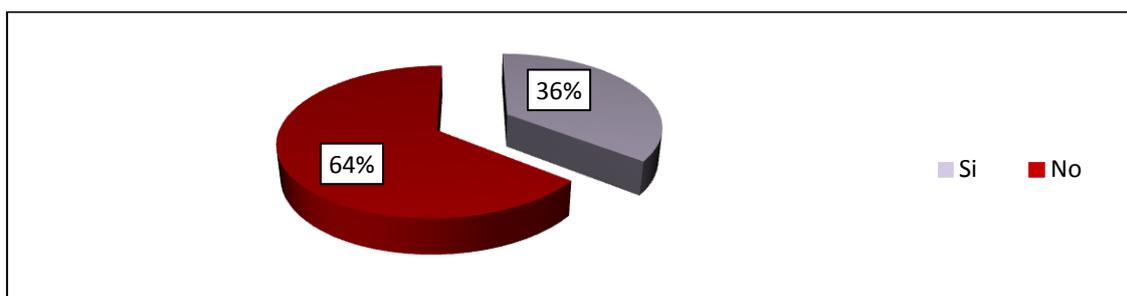
**¿Considera que los programas radiales deportivos son una buena influencia en la formación de profesionales?**

**Tabla 6. Programas radiales deportivas**

OPCIÓN	INSISTENCIA	PARTICIPACIÓN
Si	70	36%
No	127	64%
TOTAL	197	100%

Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Gráfico 6. Programas radiales deportivos**



Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Análisis.** – Un 64% de los encuestados indica que los programas radiales actuales no son una buena influencia para quienes siguen la carrera de comunicación y quieren formarse como profesionales, mientras que un 36% señala que si los son.

**Interpretación.** –El sondeo realizado se observa que los estudiantes de comunicación no tienen una buena opinión de los programas radiales que son transmitidos diariamente.

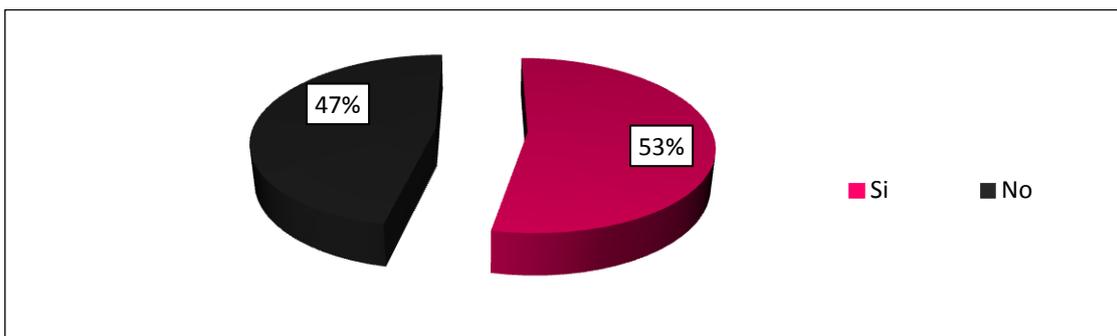
**¿Considera usted que los comentaristas deportivos son profesionales capaces de transmitir una buena información?**

**Tabla 7. Comentaristas deportivos**

OPCIÓN	INSISTENCIA	PARTICIPACIÓN
Si	105	53%
No	92	47%
<b>TOTAL</b>	197	100%

Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Gráfico 7. Comentaristas deportivos**



Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Análisis.** –53% de los encuestados señalan que si son profesionales en sus labores periodísticas y un 47% aduce que no son profesionales porque lo que transmiten no es profesional cayendo en muchas ocasiones en un periodismo vulgar y de poca seriedad

**Interpretación.** –La credibilidad de algunos de periodistas es puesta en tela de duda al no presentar un periodismo serio por parte de los radioyentes.

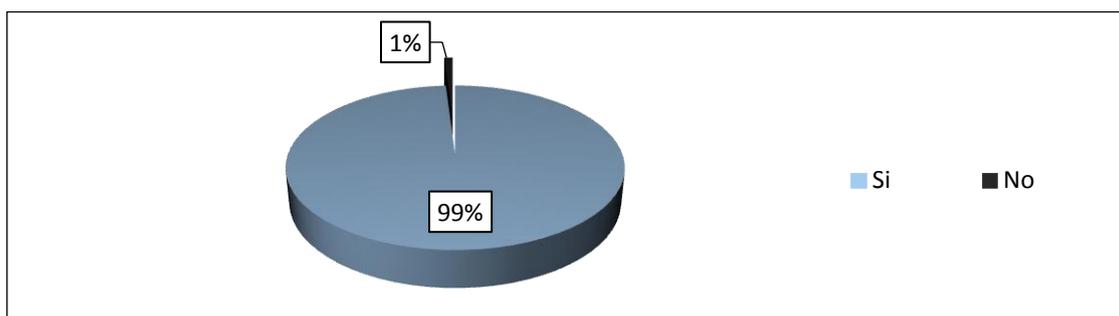
**¿Considera que si se integran buenos formatos radiofónicos los programas deportivos tendrían una mayor aceptación?**

**Tabla 8. Formatos radiofónicos**

OPCIÓN	INSISTENCIA	PARTICIPACIÓN
Si	195	99%
No	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>197</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Gráfico 8. Formatos radiofónicos**



Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Análisis.** –Los encuestados señalan que un buen formato ayudara a que los programas deportivos tengan una mayor aceptación así lo manifiestan el 99% y un porcentaje mínimo del 1% señala que existen otras maneras.

**Interpretación.** –Un buen formato radiofónico serán uno de los puntos fuertes para una mayor aceptación del público a los programas deportivos.

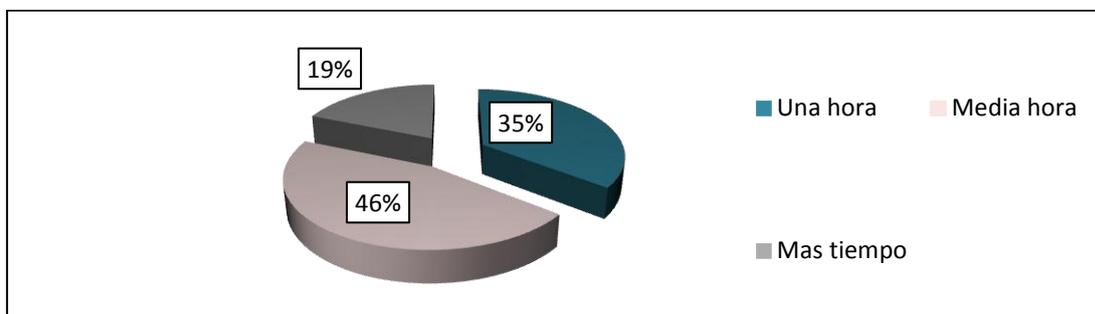
**¿Cuántas horas considera usted que debe realizarse un programa deportivo en radio?**

**Tabla 9. Tiempo de programa deportivo**

OPCIÓN	INSISTENCIA	PARTICIPACIÓN
Una hora	70	35%
Media hora	90	46%
Más tiempo	37	19%
TOTAL	197	100%

Fuente: Estudiantes de comunicación  
 Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Gráfico 9. Tiempo de programa deportivo**



Fuente: Estudiantes de comunicación  
 Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Análisis.** –Un 35% dice que una hora deberían durar los programas deportivos mientras que un 46% indica media hora y por últimos están los que dicen que debería durar más tiempo con un 19%.

**Interpretación.** –Los programas deportivos deben brindar información de cálida el tiempo que dure el programa al aire para que el radioyente tenga una buena expectativa y sepa que esperar de los programas radiales.

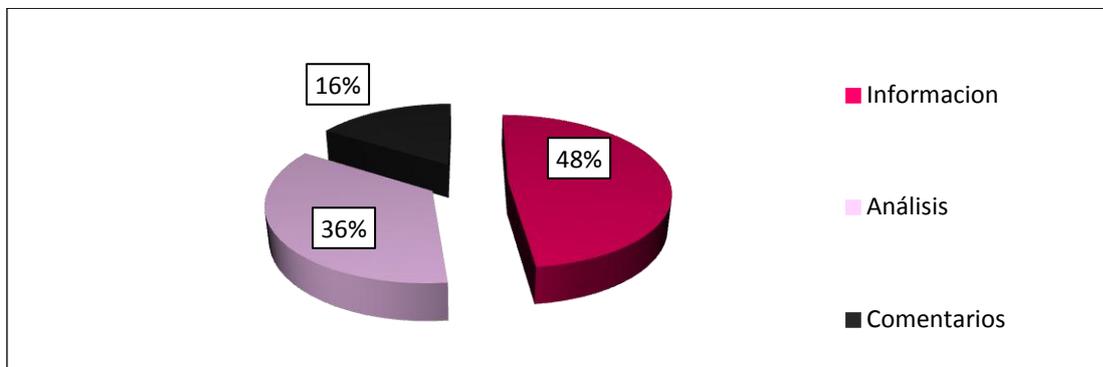
**¿Qué le gusta de los programas deportivos?**

**Tabla 10. Preferencias**

OPCIÓN	INSISTENCIA	PARTICIPACIÓN
Información	95	48%
Análisis	70	36%
Comentarios	32	16%
<b>TOTAL</b>	<b>197</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Gráfico 10. Preferencias**



Fuente: Estudiantes de comunicación  
Elaborado por: Alexander Chanatasig

**Análisis.** –La información deportiva señaló el 48%, mientras que un 36% dijo que el análisis que hacen los locutores y un 16% dijo que los comentarios que realizan el se exponiendo sus puntos de vista

**Interpretación.** –La investigación demuestra que debe haber un equilibrio en el contenido de cada programa y que mediante un buen formato radial deportivo planificado y organizado se puede lograr la meta propuesta.

**Entrevista realizada al Lcdo. David Guapulema director del programa deportivo “Set Deportivo” emitido por Radio Viva del Cantón Quevedo**

**¿Qué es un programa deportivo para usted?**

Es algo que difunde a la colectividad, dando a conocer el desarrollo del deporte en toda su magnitud, donde periodistas ya sea radial o sea escrito o digital tiene que llegar hacia la colectividad.

**¿Para dar una opinión que fuentes utiliza?**

Para dar una opinión primero hay que conocer de la temática a tratar, no hay que improvisar y para reforzar para que la opinión sea certera, efectiva uno tiene que nutrirse de todas las secuencias y parámetros del tema que se va a abordar, incluso apoyarse en las estadísticas porque hablar de memoria no es bueno muchas veces uno se equivoca.

**¿En qué segmentos del programa se profundiza la opinión deportiva?**

Exclusivamente en el tema mayor, como yo lo llamo “la presa gorda” del equipo de la ciudad y de la provincia que es el Deportivo Quevedo, porque el programa se debe a las mayorías y aunque le duela a la afición deportiva que quieren disciplinas del deporte amateur pero el deporte de masas es el futbol.

**¿Los actuales programas deportivos abarcan otras disciplinas deportivas?**

Muy pocos, yo por ejemplo he recibido felicitaciones de mucha gente, es política del programa en el segmento “primero es lo primero”

**¿Considera usted que los actuales programas deportivos infieren en la cosmovisión de los radioescuchas del Cantón Quevedo?**

Indiscutiblemente, ahora las leyes de la comunicación son muy firmes en observar a que un programa deportivo de opinión, particularmente tiene que buscar un norte o sea no se puede hablar de un tema porque quizás estas incentivado x o z motivos, sino hablar profundamente en la realidad, independientemente o no de que le agrade al dirigente deportivo.

**¿Considera usted que la creación de un programa holístico deportivo reforzará la comunicación deportiva en nuestra ciudad?**

Claro que si mientras más programas hallan es mucho mejor, porque ahí es cuando viene a darse realmente un espacio de competir y una competición que sea muy leal muy vertical y muy oportuna para que la ciudadanía tenga conocimiento de lo que se está haciendo y lo que se deja de hacer.

**¿Considera usted que la colectividad Quevedeña se informa principalmente del acontecer del deporte por programas deportivos en radio?**

Un sector sí, un sector se informa es por la radio, ahora por la televisión por los diarios, a veces por la situación del trabajo, pero la mayor cobertura que se hace es siempre la radio (Loor, 2016).

## **3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

### **3.2.1. Específicas.**

De acuerdo a la investigación en el contexto social se determina que los programas deportivos que son transmitidos a través de la radio quevedeña no compensan la información de calidad que el público en general busca la encuesta revelos que uno de los principales inconvenientes y que molesta al radioyente es que haya mucha publicidad es vez de información.

Se concluye que la información que es transmitida al público muchas veces se basa en opiniones o predicciones propias de varios comentaristas de los programas deportivos radiales y que utilizan la herramienta del sensacionalismo simulando discusiones para captar la atención.

Se determinó que algunos programas radiales deportivos actuales no manejan un formato radiofónico, mientras que otros programas se han encasillando en la forma tradicional de transmitir información con la que se han mantenido por años.

### **3.2.2 General**

La investigación revela que los contenidos radiales no cuentan con un formato planificado de los sucesos deportivos la información que es transmitida no procede de fuentes confiables lo que incide que el radioyente no se sienta conforme y que acuda a otros medios de comunicación para informarse mejor.

## **3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

### **3.3.1 Especificas**

Se recomienda para realizar un programa radial con información de calidad que los directivos de los medios de comunicación brinden el apoyo, capacitación e inversión en los programas deportivos que serán transmitidos para los radioescuchas.

Se sugiere que los contenidos de los programas deportivos se basen en fuentes confiables que los profesionales de comunicación se involucren activamente en el campo de acción para una mejor visualización y análisis que luego será transmitida al público también se sugiere permitir que el público participe mediante llamadas dando sus opiniones porque es a el quien va dirigido el programa.

Se recomienda el diseño de un programa radial con un contenido deportivo con todas las disciplinas de mayor demandad en el mundo del deporte, sustentándose en fuentes confiables que amerite credibilidad y demanda aun mayor tiempo al aire por parte del público oyente.

### **3.2.2 General**

Se sugiere realizar un análisis constante indagando en las necesidades e insatisfacciones del radioyente en cuanto al contenido de los programas deportivos se están transmitiendo el objetivo es lograr una aceptación y demanda de los programas deportivos debido a la competencia que existe.

## **CAPÍTULO IV.**

### **PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN**

#### **4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS**

##### **4.1.1 Alternativa obtenida**

Durante el transcurso de la investigación queda demostrado que si bien es cierto la radio por muchos años ocupó un espacio importante dentro de los hogares no solo de los quevedeños sino de todos los ecuatorianos y que los programas deportivos eran líderes en sintonía con en el lapso del tiempo se han encasillado en mantenerse en formatos de forma tradicional al transmitir la información no despiertan el interés del radioyente de seguir sintonizándolos, Mientras que otros programas por su parte acuden a lo más fácil que es el sensacionalismo una herramienta fácil con tal de captar la atención emiten criterios personales como si fueran de fuentes confiables lo que ponen en tela de duda sus credibilidad como periodismo serio.

Se evidencio que el contenido programas deportivos radiales quevedeños carecen de buenos formatos radiofónicos lo que incide que la información que es transmitida sea muy pobre y sea basada en opiniones y aciertos personales lo que molesta y dificulta a los oyentes, la encuesta aplicada a los estudiantes de comunicación determino que la gran mayoría ha dejado de escuchar la radio a pesar que les gustan los programas deportivos porque el 70% de este tipo de programas es de índole publicitario o los comentaristas emiten sus opiniones llevándolos hasta polémicas discusiones que se transmiten en vivo y que fastidia al oyente que tiene que buscar otros medios de comunicación para mantenerse informado sobre el acontecer deportivo local, nacional e internacional.

#### **4.1.2. Alcance de la alternativa**

Una vez presentada la información se espera un alcance positivo en el área educacional de los estudiantes de comunicación en cómo deben hacer un periodismo de calidad sin caer en la tergiversación ni el sensacionalismo periodístico como es típico de algunos medios de comunicación.

El propósito del proyecto es que sea una guía para el estudiante y futuro profesional en saber tomar decisiones adecuadas en momentos determinado de su futuro profesional bajo mecanismos amparados en la ley pueda transmitir sus conocimientos se involucre en el problema que se presente y que sustenten con bases sólidas de fuentes confiable tomando en consideración la opinión del público que es el objetivo principal.

La creatividad, improvisación, espontaneada son una de las características que se propone como una nueva alternativa para la propuesta que es crear un programa radial donde se informe sobre todas las disciplinas deportivas presentando información de fuentes confiables dándole un espacio al radioyente que participe de forma activa en los comentarios y opiniones de los que sucede. Los programas deportivos deben ser gratificantes orientados a comunicar la información actual conducido por profesionales de manera que compita con cualquier programa de su mismo nivel comunicativo.

### **4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa**

#### **Antecedentes**

La radio es por su propia naturaleza, un medio que únicamente transmite sonidos y no aporta la imagen del origen de los mismos, lo que quiere decir que, “la radio es un medio exclusivamente sonoro y, en consecuencia, solo interviene uno de los cinco sentidos, el oído, en la percepción de los mensajes emitidos a través de éste medio.

La investigación estará enfocada en la radio de carácter deportivo, formato radial que se caracteriza por ser uno de los temas más mediatizados, “siendo así los programas deportivos son los que generan más del 50% de los ingresos en las emisoras locales” y que son creados para entretener, informar y opinar sobre los diferentes contenidos dentro del mismo campo. En la producción técnica del informativo se observará si hacen uso de secciones en las que se incluyan géneros como: crónicas, reportajes, entrevistas, información noticiosa y opinión. También cómo los contenidos especiales diferencian un programa deportivo del otro, a lo que podemos llamar un enganche para atraer a las audiencias, ya sea a través de invitados, cortinillas, entradas, spots, regalos, música o concursos.

A pesar de que el periodismo deportivo ha tenido acogida en los últimos años, los estudios que se han hecho sobre sus contenidos en la región y el país, son escasos. Por tal motivo, se desconoce la forma como se manejan estos contenidos y cómo los distintos programas deportivos seleccionan su información y bajo qué criterios.

Pero lo esencial en esta investigación se relaciona con el interés que se tiene por definir qué tanta opinión se encuentra en las emisiones monitoreadas. Pues es habitual que en este tipo de programas deportivos exista toda suerte de análisis y opiniones, sin mayor carácter argumentativo, pues “la opinión de un comentarista no debe confundirse con el análisis de un analista. A simple vista o a simple oído se notan las diferencias. Para opinar se necesita profundizar. Para analizar se requiere un estudio detallado. Se puede opinar, pero esa opinión tiene que estar fundamentada en el estudio del problema, (Rodríguez, 2017).

## **Justificación**

Se hace necesaria la profesionalización en los medios de comunicación, la radio tiene que prepararse para los nuevos desafíos, para ello necesita ser creativos, innovadores y profesionales, los mismos que ayudaran a enfrentar estos cambios

La revolución de las comunicaciones ha hecho que los programas deportivos radiales vaya perdiendo vigencia, al permitir que el Internet vaya opacando su trabajo, ahora cualquier persona puede poner su propia radio en internet sin ningún costo, este es uno de los desafíos. Los diferentes programas que se emiten en las radios carecen de profesionalismo, no intentamos cambiar la idea editorial; pero tratamos que los mismos tengan formatos que puedan ser digeribles para el oyente.

El propósito de la investigación es crear conciencia tanto en los medios como en los comunicadores, de la necesidad que existe para hacer de la radio de hoy, un medio verdadero de comunicación, entretenimiento y educación, (Pilatasig, 2019).

Los beneficiados son los estudiantes de comunicación social y periodismo se están inclinando por el ámbito deportivo, especialmente por la radio. Esta investigación permitirá, ya sea a los estudiantes o a los apasionados por el deporte, conocer los procesos y métodos útiles y prácticos para la elaboración de sus contenidos periodísticos. Acercarse al uso de los géneros periodísticos de una manera acertada, desde lo propuesto por las teorías de la comunicación.

## **4.2. OBJETIVOS.**

- ✓ Diseñar de un programa radial para un mejor manejo de la información deportiva a nivel nacional como internacional

### **4.2.1. Objetivo general**

- ✓ Definir el formato del programa deportivo, que se efectuará del cantón Quevedo
- ✓ Capacitar constantemente a los comunicadores sociales con el manual radiofónico.
- ✓ Diseñar y elaborar la guía didáctica de producción radiofónica del programa deportivo.

## **4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA**

### **4.3.1. Título**

Diseño de un programa radial para un mejor manejo de la información deportiva a nivel nacional como internacional

### **4.3.2. Componentes**

A través de los medios de comunicación el deporte ha creado su propio lenguaje, ha copado un amplio espacio en la programación de todas las cadenas, debido sobre todo a la gran demanda de información requerida por la sociedad sobre las competencias deportivas, el fútbol es el más seguido por las personas.

Pero no hay duda que el deporte rey en todos los medios de comunicación es el fútbol que es continuamente retransmitido por la radio y televisión y ocupa numerosas páginas en la prensa deportiva; por ese motivo, otros deportes como el baloncesto, el ciclismo, el automovilismo, el motociclismo, el tenis, el atletismo, etc. Han quedado marginados porque no les dedican tiempo y espacio a sus transmisiones.

El deporte tiene numerosas ventajas y atractivos para los medios de comunicación como la radio y televisión, al tratarse de programas relativamente baratos, de limitada complejidad productiva y de alta rentabilidad por sus audiencias, el deporte representa importantes valores añadidos para las estrategias económicas, tanto de los anunciantes como para las grandes cadenas de televisión, por eso constituye una fuente inagotable de noticias para el interés popular.

Con la actual tesis demostramos cómo se crea un nuevo proceso de comunicación deportiva dentro del ámbito radial, implementando nuevas palabras y adornos lingüísticos a la hora de la transmisión deportiva, para generar en el oyente un fuerte interés y análisis sobre los acontecimientos deportivos que en años pasados, estaban al margen de otro tipo de ámbitos sociales, políticos o económicos, que gracias a la tecnología se ha podido masificar la información deportiva, así como sus detalles, sobre todo la inmediatez de la misma, (Bustos, Cisnero, & Samaniego, 2016).

## **Ética del periodismo deportivo**

El deporte como actividad e identificación cultural ha llegado a unas cotas de impacto sociológico inimaginables en sus orígenes. Una actividad que renació en la era moderna, con unos conceptos y objetivos educadores y fomentadores de salud, ha llegado a convertirse en un auténtico negocio muy lucrativo y generador de pasiones bien distintas a las originarias

Como futuros profesionales los estudiantes de comunicación es su deber conocer su ética moral que deben tener basados en una conducta intachable que les abra oportunidades en el mundo laboral. Una de las primeras es el compromiso ético de responsabilidad del periodismo deportivo ante la ciudadanía. Un buen periodista deportivo sabe que el morbo y el sensacionalismo no forman parte de la información que será transmitida al público.

El incitar a la violencia está totalmente prohibido y es penado por la ley es parte de la ética que como profesional debe tener debido a su alcance en un medio comunicacional y ser un líder de opinión su análisis y comentarios deberán ser dados con la mayor táctica posible de manera que sea equitativo sin cometer imprudencias que luego serán sancionadas por los organismos superiores. La especulación de la prensa deportiva sobre árbitros y fichajes de manera que el periodismo que se brinde cualquiera que fueran los medios de comunicación debe apegarse a la ley caso contrario será jugado posteriormente retirado de la plataforma comunicacional.

## **Impacto social**

La propuesta que se presenta de crear un programa deportivo radial que sea transmitido para los radioyentes del cantón Quevedo busca tener un impacto positivo en el ámbito educativo como en la sociedad en general, como se observó que a pesar de contar con lo último y más moderno tecnológicamente hablando la radio aun ocupa un espacio importante en la sociedad, este mercado que aun sintoniza y que no se ha adaptado a la nueva era digital o se aferran a los recuerdos de años atrás ese es el público objetivo que mediante la presente propuesta se desea llegar ofreciendo un programa deportivo de calidad y que tenga todo lo relacionado con el deporte lineaciones y logros de cada una de las disciplinas a nivel nacional como internacional a su vez será ameno con opiniones que se basara en un análisis profundo donde también se invitará al público que comente y opine e sus selecciones y equipos favoritos.

### **Impacto educativo**

En el ámbito educativo se espera que los estudiantes de comunicación puedan aprender cómo desarrollarse analizando los pros y contras de la conducción de un programa radial, cuales son las normas y reglas que un buen periodista debe seguir y los riesgos de tomar decisiones en el ámbito informativo.

En la actualidad los jóvenes que terminan sus carreras como profesionales tienen la visión de trabajar en las elites televisivas que genera masas de audiencia con diversos programas de entretenimiento donde involucra la farándula, competencias juveniles programas que carecen de un aporte cultural a la sociedad, es de moda que este tipo de programas y sus presentadores generan polémicas falsas discusiones, tergiversación de la información son los modelos a seguir de miles de jóvenes que desean están en su lugar

conduciendo un programa de esta índole, olvidándose en ocasiones de la esencia y noble causa del periodismo que es informar con la verdad cualquiera que sea el tema a tratar.

Actualmente si se le pregunta a un joven en que área desea incursionar su carrera como profesional le dirá que en el tipo de programas con temáticas antes mencionada pocos son los jóvenes que ven en un programa radial una oportunidad para desarrollar sus conocimientos. La radio que por años mantuvo un liderazgo único en información ha pasado a ser un medio con programas inundados de publicidad lo que a resultado que con el lapso del tiempo haya perdido su autenticidad que siempre se había caracterizado que era de informar.

### **Factibilidad de la propuesta**

La propuesta que se presenta es factible porque la producción de un programa de radio necesita de un proceso minucioso de planificación. La improvisación y la informalidad no son admitidas, cuando es preciso disponer de una investigación que justifique la propuesta del programa en lo referente a la audiencia y a las necesidades sociales de información. En otras palabras, se debe pensar en aspectos como el público objetivo del programa, el tipo de locución del conductor, la participación de la audiencia en el programa deportivo radial.

La radio produce una determinada relación entre el emisor y el receptor, un espacio comunicativo donde la voz del locutor se provee de una especial significación, la particularidad del medio compromete al profesional a transformar su voz en una herramienta de trabajo flexible, que pueda estimular la mente del radioescucha, la

reproducción de cualquier imagen, sensación y emoción. Es así, que la función de la radio es la difusión de mensajes, los cuales deben llegar al radioescucha de la manera más clara posible.

Finalmente, la propuesta se destacará que el un buen manejo de la información deportiva tanto nacional como internacional, sin embargo, se puede potencializar la imagen y la información del programa rediseñándolo, mostrando nuevos formatos que permitan mejorar la interacción con la audiencia, (Novoa, 2015).

### **Análisis a los programas deportivos radiales de la ciudad de Quevedo**

Radio	Nombre Del Programa	Horario	Tipo De Programa
	-	-	-
 	Punto Deportivo	09:00 – 10:00 AM	Deportivo Informativo Comentario
	Rey Deportes	09:00 – 10:00 AM	Deportivo Informativo Comentario
	Gaceta Deportiva	13:00 – 14:00 PM	Deportivo Informativo Comentario
	Set Deportivo	19:00 – 20:00 PM	Deportivo Informativo Comentario

Fuente: (Loor, 2016).

Con la investigación de las 5 principales radios del Cantón Quevedo tenemos que de las cinco, cuatro son las que mantienen programas deportivos regularmente, siendo Radio Carnaval la única que no cuenta en su parrilla de contenidos, un programa deportivo, aperturando la ejecución del presente proyecto,

La información deportiva en los actuales momentos es relevante en las parrillas de programación de los medios de comunicación radiales, basta echar un vistazo y escuchar cómo las grandes empresas dedicadas a la radiodifusión han luchado más allá de los límites para mantenerse en la comunicación deportiva.

Los programas deportivos deben ser gratificantes orientando con precisión; por todo lo comentado anteriormente en lo relacionado a este tema no debe pasar desapercibido por el profesional de la comunicación deportiva todas estas representaciones. Sin embargo, es muy interesante establecer una yuxtaposición del análisis deportivo y su incidencia en los diversos países del mundo, (Loor, 2016).

### **Reglamento a la ley de radiodifusión y televisión**

**Art. 3.-** Por ser el espectro radioeléctrico patrimonio nacional el Estado tiene derecho preferente a la utilización de frecuencias radioeléctricas no asignadas, para la instalación y operación de estaciones y sistemas de radiodifusión y televisión, para lo cual el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión a través de la Superintendencia de Telecomunicaciones, reservará y asignará al Estado, sin ningún otro trámite, frecuencias

en las bandas destinadas a prestar este servicio público en el territorio nacional. Estas frecuencias en ningún caso podrán ser asignadas a personas naturales o jurídicas privadas, nacionales o extranjeras.

**Art. 4.-** A más de las definiciones establecidas en la Ley de Radiodifusión y Televisión, para la aplicación del presente Reglamento, se utilizarán las siguientes definiciones:

1) Radiodifusión: son todos los medios, sistemas o servicios de radiodifusión y televisión.

2) Radiodifusión Sonora, que en la Ley de Radiodifusión y Televisión se denomina Radiodifusión: es el servicio de radiocomunicaciones cuyas emisiones sonoras se destinan a ser recibidas directamente por el público en general.

3) Radiodifusión de televisión, que en la Ley de Radiodifusión y Televisión se denomina Televisión: es el servicio de radiocomunicación cuyas emisiones de imágenes y sonidos se destinan a ser recibidas por el público en general.

4) Estación de radiodifusión o televisión: es un transmisor con su antena e instalaciones accesorias, necesarias para asegurar un servicio de radiodifusión o televisión en un área de operación autorizada

**Art. 5.- a) ESTACIONES PÚBLICAS.** - Son las derivadas al servicio colectivo, sin fines de lucro y no pueden cursar publicidad comercial de ninguna naturaleza. Estas

estaciones transmitirán programación cultural, educativa y asuntos de interés general, tales como conferencias de índole pedagógico, agrícola, industrial, económico, de desarrollo social, de servicio a la comunidad, de orientación al hogar, es decir que tales programas propicien su desarrollo socioeconómico y cultural, el sano esparcimiento y los valores esenciales de nacionalidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana.

**b) ESTACIONES COMERCIALES PRIVADAS.** - Son las que tienen capital privado, funcionan con publicidad pagada y persiguen fines de lucro; dentro de esta denominación se encuentran las siguientes estaciones:

**Art. 46.-** Las estaciones de radiodifusión y televisión que tengan el carácter de medios de comunicación social, podrán libremente determinar su horario de funcionamiento y elaborar y ejecutar su programación, sin otras limitaciones que las establecidas en la Ley de Radiodifusión y Televisión, en este Reglamento y en los Códigos de Ética de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión y Televisión (AER) y Asociación de Canales de Televisión (ACTVE), vigentes a la fecha de expedición de este Reglamento.

**Art. 47.-** Se garantiza especialmente a estos medios de comunicación social la libertad de información y de expresión del pensamiento a través de sus propios programas o de espacios contratados por terceras personas, sujetos a la Constitución Política de la República, a la Ley de Radiodifusión y Televisión, demás Leyes de la República y a los respectivos Códigos de Ética, (Telecomunicaciones, 2018).

**Desarrollo del programa deportivo radiales**

Nombre del programa	
Objetivo	El programa deportivo tiene como finalidad dar a conocer todas las noticias deportivas nacionales e internacionales al público quevedeño.
Tiempo de Duración.	El tiempo de duración del programa es de una hora
Horarios de trasmisión	Desde 14PM hasta 15PM de lunes a viernes.
Publico	El programa deportico “Tiempo de futbol” está dirigido a todas las personas en todos los rangos de edades y genero
Genero	Deportivo
Modalidad	Interactiva, educativa, informativa
Numero de locutores	Serán dos presentadores que debatirán y analizarán todo lo concerniente al mundo futbolístico
Espacios publicitarios	En 6 espacios publicitarios por hora en un total

	de espacios, se considerara los auspicios
Secciones del programa	<p>Apertura con una canción</p> <p>Saludos y bienvenida</p> <p>Presentación de las noticias deportivas locales</p> <p>Presentación de las noticias deportivas nacionales</p> <p>Presentación de las noticias deportivas Internacionales</p> <p>Debate de la noticia del día</p> <p>Llamadas en vivo de las personas para dar sus opiniones del tema</p>
Emisoras	Pendiente

### Estructura del programa

Hora	Sección	Tiempo de sección	Tiempo acumulado
14:00:00	Spot inicio y presentación del programa	1 minuto 30 segundo	1 minuto 30 segundo
14:01:30	Saludos del presentador	5 minutos	6 minutos 30 segundos
14:06:30	Primer bloque de publicidad	5 minutos	11 minutos 30 segundos
14:11:30	Presentación del programa “Tiempo de fútbol”	4 minutos	15 minutos 30 segundos
14:15:30	Cortina musical	15 segundos	15 minutos 30 segundos
14:15:45	Información Campeonato Ecuatoriano de fútbol	5 minutos	20 minutos 45 segundos

14:20:45	Debate entre los periodistas	4 minutos	24 minutos 45 segundos
14:24:45	Llamadas de oyentes	6 minutos	30 minutos 45 segundos
14:30:45	Cortina musical	15 segundos	31 minutos
14:31:00	Publicidad	5 minutos	36 minutos
14:36:00	Continúa información del fútbol ecuatoriano (entrevistas realizadas a jugadores, goles marcados)	7 minutos	43 minutos
14:42:00	Invitado al programa y música tropical	6 minutos	48 minutos
14:47:00	Análisis final	5 minutos	48 minutos 15 segundos
14:47:15	Información de básquet, vóley, natación, fútbol femenino, tenis, etc	8 minutos	56 minutos 15 segundos
14:55:15	Información del futbol internacional	5 minutos	58 minutos 20 segundos
14:59:15	Comentarios de resultados finales	3 minutos	59 minutos 5 segundos
05:04:15	Despedida agradeciendo por la sintonía.	1 minuto	65 minutos 15 segundos

Fuente: (Novoa, 2015)

Elaborado por: Alexander Chanatasig

### Guion radial del programa deportivo “Tiempo de futbol”

Guion		Tiempo
Programa	<b>Red Deportiva</b>	
<b>Control Máster</b>	Cortina identificativa: con el tema Musical el programa “ <b>Tiempo de futbol</b> ”	10”

<b>Alexander Chanatasig</b>	Muy buenas tardes amigos y amigas que nos escuchan reciban un cordial saludo le damos la bienvenidos a nuestro programa “Tiempo de futbol”ofreciéndoles las más amplia información deportiva nacional e internacional en cada una de las disciplina para que usted este informado de todo lo que sucede en el mundo del deporte bienvenidos.	22”
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: “Tiempo de futbol”	5”
<b>Alexander Chanatasig</b>	Muy amigos ya estamos de regreso agradeciéndoles por su compañía démosles paso a nuestros auspiciantes que son quienes hacen posible este programa	40”
<b>Control Máster</b>	Inicio de espacio publicitario	2”
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: “Tiempo de futbol”	18”
<b>Alexander Chanatasig</b>	Ya estamos de regresos amigos oyentes este espacio que es dedicado para usted que gusta del futbol lo hemos preparado de la mejor manera así que ahora le damos la bienvenida a nuestro compañero	35”
<b>Comentarista 2</b>	Como están amigos y amigas que nos escuchan de todos los rincones de mi lindo Quevedo muchas gracias por dejarnos formar parte de su familia a través de este programa deportivo les daremos a conocer la más amplia información concnienientes a cada una de las disciplinas	22”
<b>Alexander Chanatasig</b>	Así es traemos la más amplia información deportiva	45”

	tal como les gusta a nuestro público y bueno para que nos den sus comentarios y opiniones dejamos nuestro números	
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: “Tiempo de futbol”	14”
<b>Comentarista 2</b>	Así es compañero demos inicios aquí traemos las noticias del acontecer deportivo en los escuadras nacionales que se disputan el campeonato este año	48·
<b>Comentarista 2 y Alexander</b>	Análisis, comentarios y opiniones del acontecer deportivo con toda la información que se ha dado a conocer	59”
<b>Control Máster</b>	Inicio de espacio publicitario	6”
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: “Tiempo de futbol” Fin espacio publicitario	9”
<b>Alexander Chanatasig</b>	Les recordamos a nuestros oyentes que nos encontramos es Facebook, Instagram que nos den like para mantenerse más informado de lo que les traemos diariamente... continuamos	16”
<b>Comentarista 2</b>	Así es ahora iniciamos con lo que sucede en el mundo del deporte a nivel internacional la más reciente noticia y que ha puesto en el ojo del huracán al Real Madrid que en una semana afuera de tres ligas mundiales muy famosas este equipo que ha tenido una racha extraordinaria no sabemos qué ha pasado parece que los cambios de técnico dejar ir a uno de los mejores jugadores del mundo también le afecto junto con su arquero	22”

<b>Alexander Chanatasig</b>	En otras noticias les damos a conocer como están las tablas de posiciones de cada uno de los grupos y de las ligas luego volvemos después de este pequeño espacio publicitario	16''
<b>Control Máster</b>	Inicio de espacio publicitario	48''
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: "Tiempo de futbol" Fin espacio publicitario	9''
<b>Comentarista 2 y Alexander</b>	Análisis, comentarios y opiniones del acontecer deportivo con toda la información que se ha dado a conocer	6''
<b>Control Máster</b>	Inicio de espacio publicitario	5''
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: "Tiempo de futbol" Fin espacio publicitario	12''
<b>Alexander Chanatasig</b>	Estamos de regreso amigos ahora demos espacio a nuestro público que no es escucha, que no comente y opina sobre este bajon que ha sufrido el Real Madrid quienes ellos consideran que han sido los culpables de tan horripilante fracaso escuchémoslos	21''
<b>Control Máster</b>	Llamas del público, mensaje que se lee por WhatsApp	10''
<b>Comentarista 2 y Alexander</b>	Conversación y opinión con el público	45''
<b>Control Máster</b>	Inicio de espacio publicitario	8''
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: "Tiempo de futbol" Fin espacio publicitario	22''
<b>Comentarista 2</b>	Ya estamos de regreso amigos ahora presentamos el segmento de noticias deportivas locales vamos a ver	16''

	en qué situación se encuentra nuestro deportivo Quevedo	
<b>Comentarista 2 y Alexander</b>	Análisis, comentarios y opiniones del acontecer deportivo con toda la información que se ha dado a conocer	40”
<b>Control Máster</b>	Inicio de espacio publicitario	19”
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: “Tiempo de futbol” Fin espacio publicitario	
<b>Alexander Chanatasig</b>	Ya estamos de regresos amigos ahora pasamos a ver lo que lo que hay en las otras disciplinas deportivas a nivel nacional. El boxeo cada día va agarrando más terreno en nuestro país y está muy bien representado por las jóvenes promesas que dan lo mejor de ello Por otro lado esta semana se llevó un torneo de tenis en la ciudad de Lima donde resultó ganadora Ángela Canora.	23”
<b>Comentarista 2 y Alexander</b>	Análisis, comentarios y opiniones del acontecer deportivo con toda la información que se ha dado a conocer	22”
<b>Control Máster</b>	Inicio de espacio publicitario	9”
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: “Tiempo de futbol” Fin espacio publicitario	13”
<b>Alexander Chanatasig</b>	Les recordamos a nuestros oyentes que nos encontramos es Facebook, Instagram que nos den like para mantenerse más informado de lo que les traemos diariamente... continuamos	44”
<b>Control Máster</b>	Llamas del público, mensaje que se lees por	11”

	WhatsApp	
<b>Comentarista 2 y Alexander</b>	Conversación y opinión con el público sobre el apoyo a las demás disciplinas deportivas a nivel nacional	58''
<b>Control Máster</b>	Inicio de espacio publicitario	10''
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: "Tiempo de futbol" Fin espacio publicitario	15''
<b>Comentarista 2</b>	Ya estamos de regreso ahora vamos a ver lo que ha sucedido a nivel internacional con estas disciplinas deportivas y es que Estados Unidos se prepara para su tradicional juego del súper taxón un evento tradicional con colorido grandes artistas que cada año exige mas.pro otra parte el polémico boxeador floyd mayweather está retando para una nueva pelea al popular filipino quien esta vez le ha dicho que no sus peleas son muy polémicas y les deja mucho dinero comprendemos por que las quieren seguir manteniendo	26''
<b>Comentarista 2 y Alexander</b>	Análisis, comentarios y opiniones sobre el tema de boxeo internacional	47''
<b>Control Máster</b>	Inicio de espacio publicitario	16''
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: "Tiempo de futbol" Fin espacio publicitario	22''
<b>Alexander Chanatasig</b>	Ya estamos de regresos amigos no sin antes recordarles que nos sigan en nuestras redes sociales Facebook, Instagram dando lile para estar bien informados demos pasos ahora a nuestros	12''

	auspiciantes que hacen que sea posible este espacio que es para usted adelante	
<b>Control Máster</b>	Inicio de espacio publicitario	6”
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: “Tiempo de futbol” Fin espacio publicitario	7”
<b>Alexander Chanatasig</b>	Ok amigo ya estamos de regresos para despedirnos agradeciéndoles por el apoyo brindando les dejamos a disposición nuestros números telefónicos dándonos sugerencias y sus opiniones que para nosotros serán importante y tomadas en cuenta	3”
<b>Comentarista 2</b>	Así es amigos déjennos sus comentarios que les ha parecido el programa que segmento deportivo quieren que les incluyamos les agradecemos pro el apoyo buenos amigos es todo el día de mañana nos veremos muchas gracias	46”
<b>Alexander Chanatasig</b>	Así es compañero gracia a nuestro oyentes por ese apoyo en sintonía el día de mañana estaremos de nuevo para informarles todo el acontecer deportivo nacional e internacional con sus comentarios y opiniones al aire, también el día de mañana tendremos un invitado especial para hablar de la dura situación que atraviesa el deportivo Quevedo es todo amigos hasta mañana	48”
<b>Control Máster</b>	Publicidad	15”
<b>Control Máster</b>	Cortina musical con el tema que identificativa: “Tiempo de futbol” volumen controlado de despedida	22”

Fuente: guion radial

Elaborado por: Alexander Chanatasig

## Presupuesto de la propuesta

### Costo de inversión

Los costó de inversión se incluye todo lo que será invertido y considerado para la realización del programa deportivo radial “Tiempo de futbol”.

### Proforma presupuestaria

Paquetes publicitarios	Anuncios	Valor total
1 Paquete publicitarios	5 anuncios + 1 bonificación diaria \$ 10 Mensual \$ 200	5 Anuncios total
2 Paquete publicitarios	4 anuncios diaria \$ 8 Mensual \$ 180	4 anuncios total
3 Paquete publicitarios	anuncios diaria \$ 7 Mensual \$ 150	4 anuncios total

Fuente: Presupuesto

Elaborado por: Alexander Chanatasig

### Capital de trabajo

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
	<b>Muebles de oficina</b>		
Sillones reclinables	3	30.00	90.00
Archivadores	1	70.00	70.00

Mesas de trabajo	2	25.00	50.00
Cajoneras	2	10.00	20.00
Libreros	3	25.00	70.00
Sillas para visitas	6	20.00	120.00
Casilleros	1	80.00	80.00
Estantes metálicos	2	80.00	120.00
Dispensador de agua	1	30.00	30.00
Botes de basura	3	10.00	30.00
Total mueble de oficina	24	380.00	680.00
	Equipo de computo		
Computadoras	1	500.00	500.00
USB	2	12.00	24.00
televisor	1	300.00	300.00
Total equipo de computo	-	824	824
	Equipo de maquinaria		
grabadorasLente Nikkor 35mm f/ 1.8G	1	150.00	150.00
Micrófonos Nikkor EN-EL15 p, LCD	1	65.00	65.00
Grabadora Tripod Magnus VT-4000	1	150.00	150.00
Microphone Rode VideoMic,pro 2.1	1	150.00	150.00
WD 6TB My Book USB 3.0 External Hard Drive for Mac	1	200.00	200.00
Impact Astral Extreme 2-Monolight Portrait Kit	1	300.00	300.00
Estampadoras de 2-4-6-8-10 Brazos y estaciones,	1	500.00	500.00
Total de equipo y maquinaria		1.515.00	1.515.00

Fuente: (Tenecota, 2018)

Elaborado por: Alexander Chanatasig

### **Balance de resultado**

	<b>Año 2019</b>	Resultados económicos
-	Ingresos netos	2.400.00
-	Capital de trabajo	1.515.00
=	Utilidad neta	885.00

Fuente: Balance de resultado

Elaborado por: Alexander Chanatasig

#### **4.4 Alternativa esperada**

Mediante la propuesta presentada se espera lograr los objetivos planteado sobre todo que la propuesta sea una guía educacional para los estudiantes que siguen la carrera de comunicación demostrándoles que se puede realizar periodismo de calidad en cualquier medio de comunicación que le toque incursionar

Al realizar una breve reseña histórica sobre, la radio en Ecuador, antecedentes de los programas deportivos del cantón Quevedo y la evolución hasta llegar a la globalización, conceptos básicos de interculturalidad y la radio desde la educación y los diferentes programas radiales entre otros. Se concluye que a pesar de tener toda la tecnología la radio aun ocupa un lugar importante dentro del concepto de la familia ecuatoriana, el futbol es uno de los deportes más populares y es mediante la propuesta que se plantea brindar programa con características amenas que involucre la opinión del radioyente dando su punto de vista del acontecer deportivo local, nacional e internacional.

Con este documento queda evidenciado que el análisis, a los programas deportivos quevedeños la producción y el interés del medio se vinculan direccionalmente para la

retroalimentación de una información. se pueden desarrollar trabajos de línea investigativa en la formación y profesionalización de los periodistas, y éstos pueden realizar sus contenidos de una manera estructurada y coherente, utilizando cada género periodístico para dar una información más detallada y por ende no se dejen de utilizar las herramientas con las que se muestra el periodismo en la actualidad.

## **Bibliografía**

Acosta, E. (2018). Las políticas públicas de orientación profesional: asignatura pendiente

Adarmes, T. (2016). Análisis de la gestión deportiva en Chile . Chile: universidad de Chile .

- Alejandro Rodríguez Puerta. (2015). Los 30 Tipos de comunicación y sus características (con ejemplos). Panamá: [lifeder.com/tipos-de-comunicacion/](http://lifeder.com/tipos-de-comunicacion/).
- Azón, E. (2018). Producción de radio y tv en 4 etapas básicas. CHILE: [hopemedia.es-basicas/](http://hopemedia.es-basicas/).
- Becerra, L. (2015). Comunicación Radial: acercamiento e interacción con la comunidad. España: Univer
- Cañete, J. (2018). La radio de ayer y de hoy. España: [marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-radio-de-ayer-y-de-hoy-juan-canete](http://marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-radio-de-ayer-y-de-hoy-juan-canete).
- Chavez, S. (2017). La competencia laboral en Mexico. Colombia: <http://commpet.blogspot.com/la-competencia-laboral-en-mexico.html>.
- Cruz, V. (2015\*). Tipos de evaluación en la formación educativa. Panamá: [wilmancruz.com/tipos-evaluacion-la-formacion-educativa/](http://wilmancruz.com/tipos-evaluacion-la-formacion-educativa/).
- Definicion. (2015). Definición de Formación. cANADA: [definicion.mx/formacion/](http://definicion.mx/formacion/).
- Domínguez, N. (2015). ¿Qué es la Orientación Vocacional? Honduras: [lifeder.com/orientacion-](http://lifeder.com/orientacion-)
- Economade. (2015). Escuchar y ver: programas de radio y televisión con contenido ambiental. Paraguay: [economade.wordpress.com/2013/10/31/escuchar-y-ver-programas-de-radio-y-television-con-](http://economade.wordpress.com/2013/10/31/escuchar-y-ver-programas-de-radio-y-television-con-)
- GestioPolis. (2015). Qué es una competencia laboral. Peru: [.gestiopolis.com/que-es-una-competencia-laboral](http://gestiopolis.com/que-es-una-competencia-laboral).
- Gómez, L. (2016). Cómo Mejorar la Comunicación Efectiva: 10 Tips Prácticos. Madrid: lifeder.
- Henry, P. (2019). Comunicación y radio: manual de producción radiofónica y guía didáctica para la elabo.
- Loor, N. (2016). Carencia de un programa deportivo radial de opinión infiere en la cosmovisión de los radioescuchas del cantón Quevedo, año. Quevedo: universidad de Guayaquil.

- Mendez, I. (2016). Estación De Radio: Definición, Equipos, Tecnologías De Comunicación. Mexico: [deperiodismo.com/periodismo/estacion-de-radio/](http://deperiodismo.com/periodismo/estacion-de-radio/).
- Noelia Lopez Cheda. (2016). La importancia de la formación para tu desarrollo Personal y profesional. Argentina: [noelialopezcheda.wordpress.com/2016/07/04/la-importancia-de-la-formacion-para-tu-desarrollo-personal-y-profesional/](http://noelialopezcheda.wordpress.com/2016/07/04/la-importancia-de-la-formacion-para-tu-desarrollo-personal-y-profesional/).
- Novoa, R. (2015). Comunicación, radio y programas deportivos. análisis de contenido del programa “amanecer deportivo” transmitido por fútbol fm 96.9 . quito: universidad central del ecuador .
- Ocampo, D. (2015). La importancia de la radio. Argen [danielocampo.wordpress.com/2006/10/06/la-importancia-de-la-radio/](http://danielocampo.wordpress.com/2006/10/06/la-importancia-de-la-radio/).
- Oquendo, M. (2019). Ecuador en Alta Definición: Historia de la radio en el Ecuador. Ecuador: [michelleoquendo.com/historia-de-la-radio-en-el-ecuador](http://michelleoquendo.com/historia-de-la-radio-en-el-ecuador).
- Oriol Rodríguez . (2016). Estrategia pedagógica para la estructuración de los proyectos de vida profesionales. Mexico: [.gestiopolis.com/estrategia-pedagogica-para-la-estructuracion-de-los-proyectos-de-vida-profesionales/](http://gestiopolis.com/estrategia-pedagogica-para-la-estructuracion-de-los-proyectos-de-vida-profesionales/).
- Pacheco, A. (2019). Más que un medio un arma. españa: [www.gestiopolis.com/radio-mas-que-un-medio-un-arma-historia-del-uso-de-la-radio-en-los-peores-momentos](http://www.gestiopolis.com/radio-mas-que-un-medio-un-arma-historia-del-uso-de-la-radio-en-los-peores-momentos).
- Pilatasig, H. (2019). Comunicación y radio: manual de producción radiofónica y guía didáctica para la elaboración y aplicación de formatos radiales . Ecuador: Universidad Central Del Ecuador.
- Ponce, J. (2018). Producción de un programa de radio para prevenir la violencia de género contra las mujeres en el cantón quevedO. guayaquil: universidad de guayaquil.
- Veracoechea, F. (2015). Consecuencias sociales de las nuevas tecnologías de la comunicación. Uruguay
- Villegas, A. (2016). La Formación Educativa Tras el Embarazo Juvenil. Honduras: [e-historites/la-](http://e-historites/la-)

**ANEXOS**

## MATRIZ HABILITANTE PARA LA SUSTENTACIÓN

**ESTUDIANTE:** Alexander Jefferson Chanatasig Solórzano **CARRERA:** Comunicación social **FECHA:** 17/ 02/2019

<b>MATRIZ DE RELACIÓN DE PROBLEMAS OBJETIVOS E HIPÓTESIS</b>				
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>
¿Cómo abalzar el contenido de los programas deportivos radiales de Quevedo en la formación profesional de los estudiantes de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo?	Analizar el contenido de los programas deportivos radiales de Quevedo y su incidencia en la formación profesional de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la universidad técnica de Babahoyo extensión Quevedo.	Analizando los contenidos de los programas deportivos radiales de Quevedo influyen adversamente en la formación profesional de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la universidad técnica de Babahoyo extensión Quevedo	<b>INDICADORES</b>  Contenido de los programas deportivos radiales	<b>INDICADORES</b>  Formación profesional
¿De qué manera conocer los procesos de la comunicación en el desarrollo de información  ¿Cómo diseñar una guía de producción radiofónica para crear un programa deportivo?  ¿De qué manera diseñar una guía sobre un programa radial con la finalidad de tener un mejor manejo de la información deportiva tanto nacional como internacional	Conocer los procesos de la comunicación en el desarrollo de información  Diseñar una guía de producción radiofónica para crear un programa deportivo  Diseñar una guía sobre un programa radial con la finalidad de tener un mejor manejo de la información deportiva tanto nacional como internacional	Se logrará conocer los procesos de la comunicación en el desarrollo de información  Diseñando una guía de producción radiofónica permitirá desarrollar un buen programa deportivo  Diseñando una guía a sobre un programa radial se mejorará el manejo de la información deportiva tanto nacional como internacional.	Manuales y guías radiofónicas  Estructura de producción y programación  Estrategias para captar la atención.	Sistema educativo  Aprendizaje  Conocimiento

## **Encuesta realizada a los estudiantes de comunicación social**

¿Suele sintonizar la radio para escuchar programas de contenido deportivo?

¿Cómo califica los contenidos de los programas deportivos radiales?

¿Qué le molesta de los programas deportivos radiales?

¿Los actuales programas deportivos satisfacen sus expectativas?

¿Considera usted que un programa deportivo debe abarcar varias disciplinas?

¿Considera que los programas radiales deportivos son una buena influencia en la formación de profesionales?

¿Considera usted que los comentaristas deportivos son profesionales capaces de transmitir una buena información?

¿Considera que si se integran buenos formatos radiofónicos los programas deportivos tendrían una mayor aceptación?

¿Cuántas horas considera usted que debe realizarse un programa deportivo en radio?

¿Qué le gusta de los programas deportivos?

**Entrevista realizada al Ing. David Guapulema director del programa deportivo  
“Set Deportivo” emitido por Radio RVT del Cantón Quevedo**

¿Qué es un programa deportivo para usted?

¿Para dar una opinión que fuentes utiliza?

¿En qué segmentos del programa se profundiza la opinión deportiva?

¿Los actuales programas deportivos abarcan otras disciplinas deportivas?

¿Considera usted que los actuales programas deportivos infieren en la cosmovisión de los radioescuchas del Cantón Quevedo?

¿Considera usted que la creación de un programa holístico deportivo reforzará la comunicación deportiva en nuestra ciudad?

¿Considera usted que la colectividad Quevedeña se informa principalmente del acontecer del deporte por programas deportivos en radio?

*Ilustración 1.- Encuestas realizadas a los estudiantes de comunicación*



*Ilustración 2.- Indagaciones sobre la opinión del contenido deportivo radial*



*Ilustración 3.-Entrevista con el Lcdo. David Guapulema*



*Ilustración 4.- Profesionales de la comunicación*

