



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

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

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE**

**LICENCIADO EN PERIODISMO**

**TEMA**

**PERIODISMO DEPORTIVO NUEVAS TENDENCIAS Y FORMATOS DE  
LA TRANSMISIÓN STREAMING**

**AUTOR:**

**LARA NARANJO DANIEL GONZALO**

**TUTOR:**

**LIC. FEDERICO GUILLERMO VARAS CHIQUITO**

**GUAYAQUIL – 2020**

<b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> PERIODISMO DEPORTIVO NUEVAS TENDENCIAS Y FORMATOS DE LA TRANSMISIÓN STREAMING	
<b>AUTOR/ES:</b>  LARA NARANJO DANIEL GONZALO	<b>REVISORES O TUTORES:</b>  LIC. FEDERICO GUILLERMO VARAS CHIQUITO MSC.
<b>INSTITUCIÓN:</b>  UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	<b>Grado obtenido:</b>  LICENCIADO EN PERIODISMO
<b>FACULTAD:</b>  FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO	<b>CARRERA:</b>  PERIODISMO
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>  2020	<b>N. DE PAGS:</b> 70
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Periodismo e Información	
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Radiodifusión , Agencia de noticias, flujo de noticias, Periodista	

**RESUMEN:**

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo principal, analizar el desarrollo de la programación deportiva a través de la programación streaming . La delimitación y aplicación dentro del objeto – objetivo de estudio se desarrollará en el sector de ULVR con los estudiantes de quinto y sexto de la nueva malla y séptimo de la malla anterior de la carrera de periodismo de la FCSD. El enfoque de la investigación es de carácter Mixto (Cuantitativo – Cualitativo). Se aplicó la técnica de la encuesta a través de un muestro aleatorio simple, en dicha encuesta se obtuvieron consultas del porque consumen o no contenido deportivo y que tipo de programación es de mayor interacción con los estudiantes. La investigación está apoyada en fuentes de primera mano, artículos científicos, trabajos de investigación y en fuentes web de Google académico; como resultado se busca la caracterización del problema de estudio. Se tomó en consideración los argumentos teóricos y epistemológicos de la presente temática, para una mejor argumentación y comprobación de lo planteado en el análisis de este proyecto.

**N. DE REGISTRO :****N. DE CLASIFICACIÓN:****DIRECCIÓN URL (tesis en la web):****ADJUNTO PDF:****SI****NO****CONTACTO CON  
AUTOR/ES:**

LARA NARANJO DANIEL GONZALO

**Teléfono:**

0988439117

**E-mail:**[dlaran@ulvr.edu.ec](mailto:dlaran@ulvr.edu.ec)

**CONTACTO EN LA  
INSTITUCIÓN:**

Lic. Patricia Jurado Ávila Mg.  
**Teléfono:** ( 04) 259 6500 **Ext.** 249  
**E-mail:** [pjuradoa@ulvr.edu.ec](mailto:pjuradoa@ulvr.edu.ec)

Lcdo. Federico Varas Chiquito MSc.  
**Teléfono:** ( 04) 259 6500 **Ext.** 300  
**E-mail:** [fvarasc@ulvr.edu.ec](mailto:fvarasc@ulvr.edu.ec)

## CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

### PERIODISMO DEPORTIVO NUEVAS TENDENCIAS Y FORMATOS DE LA TRANSMISIÓN STREAMING

INFORME DE ORIGINALIDAD

**4%**

INDICE DE SIMILITUD

**4%**

FUENTES DE  
INTERNET

**0%**

PUBLICACIONES

**0%**

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

1%

★ [www.flacsoandes.edu.ec](http://www.flacsoandes.edu.ec)

Fuente de Internet



## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

El estudiante egresado Lara Naranjo Daniel Gonzalo, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, “Periodismo Deportivo Nuevas Tendencias y Formatos De La Transmisión Streaming”, corresponde totalmente al suscrito responsabilizándome con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor

Firma:



**Lara Naranjo Daniel Gonzalo**

C.I. 0923029532

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “Periodismo Deportivo Nuevas Tendencias y Formatos De La Transmisión Streaming”, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “Periodismo Deportivo Nuevas Tendencias y Formatos De La Transmisión Streaming”, presentado por el estudiante Lara Naranjo Daniel Gonzalo como requisito previo, para optar al Título de Licenciado en Periodismo encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Lic. Federico Guillermo Varas Chiquito MsC.

## **Agradecimiento**

Agradezco a mi familia, esposa, hija, amigos, profesores, quienes hicieron a lo largo de esta carrera un aprendizaje constante y un apoyo importante no solo en la parte profesional también como persona, además quiero mencionar 3 personas importantes Teresa Villarroel R, Augusto Pino V, María Mercedes Naranjo R, quienes me apoyaron e incentivaron por esta profesión.

## **Dedicatoria**

Dedico este proyecto y trabajo principalmente a Dios que me dio salud sobre todo en esta situación difícil que atraviesa mundo, puso a personas importantes en mi camino para que pueda seguir adelante con esta importante, prestigiosa y sobre todo tener la responsabilidad de emplear un periodismo correcto y ético.

# Tabla de Contenido

<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>1 El Problema.....</b>	<b>3</b>
1.1 Planteamiento del Problema .....	3
1.2 Formulación Del Problema.....	4
1.3 Sistematización del Problema.....	5
1.4 Objetivos .....	5
1.4.1 Objetivo General.....	5
1.4.2 Objetivos Específicos .....	5
1.5 Justificación .....	6
1.6 Delimitación del Problema .....	7
1.7 Hipótesis .....	7
1.7.1 Variable independiente.....	7
1.7.2 Variable dependiente.....	7
1.8 Línea de Investigación Institucional/Facultad .....	7
<b>2 MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
2.1 Antecedentes .....	8
2.2 Contextos tecnológicos y comunicacionales .....	11
2.3 Redes Sociales o Social Media.....	13
2.4 La Radio y los formatos de opinión.....	14
2.5 Registros deportivos Radiofónicos .....	16
2.6 Periodismo deportivo radial en Ecuador.....	17
2.7 Marco conceptual .....	18
2.8 Marco Legal .....	20
<b>3 Marco Metodológico.....</b>	<b>22</b>
3.1 Enfoque Investigativo.....	22

3.2	Tipología Investigativa.....	23
3.3	Técnicas e instrumentos de la Investigación.....	23
3.4	Muestra Poblacional .....	24
3.4.1	Población .....	24
3.5	Muestra .....	24
3.5.1	Muestreo .....	24
3.5.2	Muestra Poblacional.....	25
3.6	Análisis de las Encuestas.....	35
3.7	Análisis de las Entrevistas.....	36
3.8	Conclusiones .....	44
3.9	Recomendaciones.....	45

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1</b> – Técnicas e instrumentos .....	23
<b>Tabla 2</b> – Universo encuestado .....	25
<b>Tabla 3:</b> Filtro .....	26
<b>Tabla 4:</b> Tipo de programación interés .....	27
<b>Tabla 5:</b> Disposición ante programas.....	28
<b>Tabla 6:</b> Plataformas con mayor frecuencia .....	29
<b>Tabla 7:</b> Conocimiento programa deportivo .....	30
<b>Tabla 8:</b> Conocimiento programa deportivo .....	31
<b>Tabla 9:</b> Definición medio mayor consumo .....	32
<b>Tabla 10:</b> Constitución de programas deportivos .....	33

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
<b>Gráfico 1:</b> Filtro .....	26
<b>Gráfico 2:</b> Tipo de programación interés .....	27
<b>Gráfico 3</b> Disposición ante programas deportivos .....	28
<b>Gráfico 4</b> Plataformas con mayor frecuencia.....	29
<b>Gráfico 5:</b> Conocimiento programa deportivo.....	30
<b>Gráfico 6:</b> Conocimiento programa .....	31
<b>Gráfico 7:</b> Definición medio mayor consumo .....	32
<b>Gráfico 8:</b> Constitución de programas deportivos .....	33

## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
<b>Anexo 1:</b> Modelo de encuesta .....	49
<b>Anexo 2:</b> Modelo de entrevista.....	52
<b>Anexo 3:</b> Zona Mega .....	54
<b>Anexo 4:</b> Zona Mega Facebook .....	55
<b>Anexo 5:</b> Mallas curriculares FCSD .....	56

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo principal, analizar el desarrollo de la programación deportiva a través de la programación streaming . La delimitación y aplicación dentro del objeto – objetivo de estudio se desarrollará en el sector de ULVR con los estudiantes de quinto y sexto de la nueva malla y séptimo de la malla anterior de la carrera de periodismo de la FCSD. El enfoque de la investigación es de carácter Mixto (Cuantitativo – Cualitativo). Se aplicó la técnica de la encuesta a través de un muestro aleatorio simple, en dicha encuesta se obtuvieron consultas del porque consumen o no contenido deportivo y que tipo de programación es de mayor interacción con los estudiantes. La investigación está apoyada en fuentes de primera mano, artículos científicos, trabajos de investigación y en fuentes web de Google académico; como resultado se busca la caracterización del problema de estudio. Se tomó en consideración los argumentos teóricos y epistemológicos de la presente temática, para una mejor argumentación y comprobación de lo planteado en el análisis de este proyecto.

**Palabras claves:** Periodismo deportivo, Comunicación de masas, Streaming,

## SUMMARY

The main objective of this research project is to analyze the development of sports programming through streaming programming. The delimitation and application within the object - study objective will be developed in the ULVR sector with the fifth and sixth students of the new mesh and seventh of the previous mesh of the FCSD journalism career. The focus of the research is Mixed (Quantitative - Qualitative). The survey technique was applied through simple random sampling. In this survey, inquiries were obtained about why they consume sports content or not and what type of programming is of greater interaction with students. The research is supported by first-hand sources, scientific articles, research papers, and academic Google web sources; as a result, the characterization of the study problem is sought. The theoretical and epistemological arguments of this topic were taken into consideration, for a better argumentation and verification of what was raised in the analysis of this project.

**Keywords:** Sports journalism, Mass communication, Streaming,

# Introducción

## **Título:**

Periodismo deportivo, nuevas tendencias y formatos de la transmisión streaming ante el auge de canales y propuestas FreeLancer en la ciudad de Guayaquil.

El periodismo deportivo digital es una rama en gran desarrollo dentro de los medios de comunicación en Internet. El hecho de informarse sobre competiciones y eventos atléticos desde las computadoras o los diferentes dispositivos es una práctica en crecimiento constante. Combina elementos gráficos, radiales y televisivos, que tienen características propias y distintivas.

Más allá de la aparición de las nuevas tecnologías, el objetivo del periodista deportivo sigue siendo el mismo y es el de contar historias. El cambio de paradigma es en la manera de transmitir el trabajo. Y las diferencias surgen a partir de la rapidez para publicarlo o incluso en vivo; en la posibilidad de hacerlo en pocas o en muchas palabras; o hasta en la forma, ya sea por intermedio de imágenes, videos y audios, entre otras.

El periodista deportivo digital, así como el encargado de otras áreas de la profesión, tendrá que adaptarse a las nuevas tecnologías para obtener éxito en un futuro cercano y no quedar rezagado. Y deberá poder asimilar la información para poder transmitirla de la mejor manera. Cada canal de comunicación cuenta con sus particularidades, sus fortalezas y sus seguidores, y el objetivo será conocer sus características para tomar las decisiones correctas y saber qué hacer, cómo y por dónde publicar la noticia.

El desarrollo de la presente investigación se encuentra dividida bajo la siguiente estructura:

**Capítulo I.-** Se tratará la problemática identificada, y el desarrollo a través de la sistematización y planteamiento de objetivos investigativos

**Capítulo II.-** Se explicará la fundamentación histórica, teórica y social de la de la temática y desarrollo epistemológico.

**Capítulo III.-** Se define la estructura metodológica de la investigación, los resultados y la aplicación de las técnicas de recolección y aplicabilidad para el análisis y cumplimiento de los objetivos específicos.

# CAPITULO I

## 1 El Problema

### 1.1 Planteamiento del Problema

El periodismo deportivo digital es una rama en gran desarrollo dentro de los medios de comunicación en Internet. El hecho de informarse sobre competiciones y eventos atléticos desde las computadoras o los diferentes dispositivos es una práctica en crecimiento constante. Combina elementos gráficos, radiales y televisivos, que tienen características propias y distintivas.

Más allá de la aparición de las nuevas tecnologías, el objetivo del periodista deportivo sigue siendo el mismo y es el de contar historias. El cambio de paradigma es en la manera de transmitir el trabajo. Y las diferencias surgen a partir de la rapidez para publicarlo o incluso en vivo; en la posibilidad de hacerlo en pocas o en muchas palabras; o hasta en la forma, ya sea por intermedio de imágenes, videos y audios, entre otras.

El periodista deportivo digital, así como el encargado de otras áreas de la profesión, tendrá que adaptarse a las nuevas tecnologías para obtener éxito en un futuro cercano y no quedar rezagado. Y deberá poder asimilar la información para poder transmitirla de la mejor manera. Cada canal de comunicación cuenta con sus particularidades, sus fortalezas y sus seguidores, y el objetivo será conocer sus características para tomar las decisiones correctas y saber qué hacer, cómo y por dónde publicar la noticia.

En los medios digitales se destaca la cobertura de eventos en tiempo real, la inmediatez de sus notas y la capacidad de poder crear comentarios, entrevistas e informes que necesitan

de observación, precisión, creatividad e imaginación para poder tener difusión en Internet.

Los periodistas que no tienen mucha experiencia en la cobertura de eventos deportivos, tendrán la posibilidad de poder analizar las opciones de rutinas que ofrece esta profesión para potenciar las capacidades de cada uno de ellos. Desde la búsqueda de archivos hasta la ejecución de la nota, el objetivo será plantear los pasos que se deben seguir para conseguir una buena publicación.

A través del presente trabajo se busca tomar como caso específico de análisis el medio streaming “Zona mega Radio”, el cual incursiono hace 5 años en la producción de contenido deportivo para las ciudades de Quito y Guayaquil desde la palestra streaming, el trabajo final buscará simplificar los pasos y los consejos que debe seguir un periodista deportivo para poder trascender en los medios digitales y los procesos y formatos de trabajo digital ante el cambio de paradigma de transmisión.

Un análisis del perfil institucional, de sus publicaciones permitirá analizar la interactividad, la multimedialidad y la hipertextualidad con la que normalmente se trabaja en un espacio digital y su contraparte con los medios que presentan por secciones o espacios específicos en sus bandejas televisivas.

## **1.2 Formulación Del Problema**

¿Cómo influyen las nuevas tendencias en formatos de transmisión streaming ante el desarrollo de nuevas propuestas de canales FreeLancer de contenidos periodísticos deportivos en la ciudad de Guayaquil?

### **1.3 Sistematización del Problema**

1. ¿Cómo ha evolucionado el periodismo en la transmisión de contenidos a través de las plataformas digitales y canales FreeLancer?
2. ¿Cuáles son las características principales que oferta la producción, edición y publicación de notas informativas en medios o plataformas web?
3. ¿Cómo se presenta la metodología de trabajo dentro de un medio digital en función de contenidos deportivos?
4. ¿Qué funciones y responsabilidades se instauran entre los medios de transmisión streaming y los medios de cobertura mediática tradicional?
5. ¿Qué entidad pública o privada es la responsable del control o seguimiento de los procesos y normativas deontológicas que manifiestan estos canales de transmisión continua digital para la preservación de la ética y responsabilidad periodística?

### **1.4 Objetivos**

#### **1.4.1 Objetivo General**

Definir las nuevas tendencias en formatos de transmisión streaming ante el auge de canales o plataformas FreeLancer de contenidos deportivos en la ciudad de Guayaquil.

#### **1.4.2 Objetivos Específicos**

1. Analizar los medios con mayor alcance ante la transmisión de contenidos de periodismo deportivo.
2. Especificar las características principales que se destacan en los medios multiplataforma ante el desarrollo de sus contenidos.

3. Relacionar el desarrollo formativo que se instaura ante el desarrollo de materias especializadas en la formación periodística deportiva.
4. Establecer a través del análisis de los instrumentos de investigación una caracterización de que elementos debe cumplir una propuesta de trabajo web acerca del periodismo deportivo o las normativas que debe cumplir

## **1.5 Justificación**

Los cambios constantes y de características mediáticas en el paradigma de informar, formalizan que existen diferentes formatos o medios de comunicación, ese punto de partida dentro de la transmisión profesional o justificada en los grandes medios masivos tradicionales de consumo diario, han creado un estigma de consumismo que se ha generado durante varias generaciones; el internet y los dispositivos móviles se han convertido en una brecha que une la formación autodidacta y tradicionalista, donde cualquier ciudadano o ente social pueda generar información de interés o no, siendo el público digital el único con la responsabilidad y potestad de aceptar ese contenido, generando en este punto una interrogante crucial como : ¿Cuáles son las características y rasgos que deben presentar esos contenidos, para ser atractivos y de consumo en los canales web?.

El presente trabajo busca esquematizar esa metodología de trabajo y gestionar los formatos y modelos de laburo, así como su flujograma de funciones y equipos necesarios para instaurar un proceso de información FreeLancer, para de esta forma gestionar el camino hacia nuevas propuestas que se puedan proyectar desde la formación universitaria y ciudadana.

## 1.6 Delimitación del Problema

**Área:** Periodismo y medios masivos de comunicación

**Campo:** Periodismo Deportivo Digital

**Lugar de Investigación:** Ciudad de Guayaquil

**Parroquia:**

**Temporalidad:** 2019 – 2020

**Objeto de Estudio:** Zona Mega Radio

## 1.7 Hipótesis

Los avances tecnológicos han concebido cambios en el formato de producción deportiva por parte de los periodistas especializados, generando propuestas de trabajo FreeLancer para una mejor interacción y alcance de los colectivos ciudadanos aficionados.

### 1.7.1 Variable independiente

Periodismo Deportivo

### 1.7.2 Variable dependiente

Tendencias y Formatos transmisión Streaming

## 1.8 Línea de Investigación Institucional/Facultad

✚ **Línea 2.** Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación

✚ Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso

## CAPITULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes

El periodismo es esa profesión que a lo largo de los años ha venido en crecimiento, de menos a más, y sobre todo cuando la tecnología ahora está en la palma de la mano del espectador, tanto así que ahora se llega a la inmediatez para adquirir la información.

Los medios y la sociedad contemporánea están inmersos en una convergencia digital que se puede definir como el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas, la cooperación entre diferentes industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. (Barrios, 2015, pág.224)

Cuando una información se suele repartir a múltiples plataformas es donde el público experimenta esa experiencia de dinamismo por parte de las diferencias industrias mediáticas, ya que se llega a apreciar diferentes espacios en donde se manifiesta la información.

Existe la teoría, que, si se parte de un análisis centrado únicamente en el instrumento tecnológico, se podría afirmar que todas las audiencias de los medios digitales tienen poder para participar e incidir en los procesos de comunicación, y descartar que en el ciberespacio existan audiencias inactivas. (Castillo Quiñonez,2014, pág. 4)

Sin embargo, estudios por parte de Lizzy Navarro afirmarían que el nacimiento del periodismo digital ocurrió en 1994. Al acercarse a los 20 años de vida, los periódicos en línea se producen en un entorno de convergencia tecnológica en el que abundan los aparatos de comunicación móvil.

La importancia de los periódicos en Internet radica en el prestigio que tienen, en la confiabilidad que el usuario deposita en ellos. El cibernauta no puede consultar la totalidad de páginas de la Web, ni tampoco puede confiar en la veracidad de la información que estas páginas proporcionan. Se supone que los medios de comunicación ya conocidos resultan fidedignos, por encima de otros espacios virtuales. (Oliva Marañón, 2014, pág. 20)

Una página web no se puede comparar con un periódico informativo, podrá tener su grado de credibilidad, pero no está al nivel o importancia de un periódico digital, debido a que desde el inicio dicha fuente genera mucha más confiabilidad que una simple página web.

Mientras el tema o el contenido generen interés a los espectadores, más impacto se llegará a tener, y sobre todo se abriría un espacio de diálogo o debate entre el emisor y el receptor sobre el tema a tratarse.

Lo que ocurre entre emisor y receptor en los periódicos digitales lo comprueba. Hoy, en un santiamén, el receptor pasa fácilmente a ser un emisor noticioso, por cuenta de la información a la que accede en contextos a los que los periodistas no llegan y que el medio le permite publicar. (Castellanos Díaz, 2011, pág. 13)

Y aquí se hace fuerte ese énfasis en que el medio llega a ser partícipe de la interactividad entre el emisor y receptor, debido a que en una publicación bajo un comentario del receptor observando los detalles, el emisor queda de expectante por las novedades observadas y expuestas por parte del receptor.

No por nada medios digitales de peso generan estos acontecimientos, sin dejar de quitar crédito a esos medios que van creciendo en redes sociales, que buscan generar impacto ante una noticia que llame mucho la atención a los internautas.

Y a medida que seguirá evolucionando la tecnología, los medios digitales seguirán ese curso junto con la influencia de las redes sociales, sean conocidas, ya años anteriores populares y usadas y las que están por venir, la era digital sigue en marcha, pero la labor periodística seguirá manteniendo su esencia.

Cabe mencionar que no se llega a presenciar un periodismo que se llegue a dar una opinión sana o positiva, debido a que hay acontecimientos en donde el periodista se mantiene activo, pero en el anonimato.

El formato digital facilita el anonimato y éste aumenta las posibilidades de que se produzca una comunicación paranoica, ya que el mismo podría usarse para ocultar una personalidad deshonesta, actuar irresponsablemente y agredir al prójimo provocando insultos o desprestigio sin medida. (Fondevila Gascón, 2012, pág. 35)

Si nos ponemos a analizar este detalle se llegan a presenciar estos casos cuando se trata de un tema con contenido político, se puede entender que sumergirse en ese mundo es de mucho cuidado, pero de igual manera mantenerse en el anonimato es una manera de atacar a

un personaje público o dar más énfasis a una situación o hecho que pueda ser de impacto o casi nada relevante.

## **2.2 Contextos tecnológicos y comunicacionales**

El hecho que la comunicación digital o dicho, en otros términos: el acceso a información mediante el uso del internet, ya no es actualmente ninguna novedad. Lo que sí es razón de análisis es el cómo a pesar de tener paso a esta herramienta de múltiple complejidad, que ya es parte elemental en la vida diaria, no se la use como un elemento que lleve a un desarrollo comunitario mediante un buen uso

Las personas en el mundo han marcado una ruta hacia el crecimiento y desarrollo como sociedad de diferentes formas, pero todas estas formas llevan un nombre “tecnología”. La tecnología, que ha ido evolucionando a raíz de una necesidad concreta, ha terminado por estar a disposición de cada uno de los habitantes. Esto debido al crecimiento de los sistemas urbanos y el desarrollo económico, industrial, comercial, cultural y personal que ha ido existiendo con el paso del tiempo.

En el tiempo actual existe algo conocido como la revolución tecnológica, donde cada cosa existe por el fin de sí mismo, ya no tanto para resolver una necesidad concreta o tal vez ahora se ve cualquier cosa como una necesidad que debe ser resuelta.

Una de las más importantes necesidades a resolver es la comunicación, donde hasta ahora se ha conseguido un sin números de medios para encontrarse desde el lugar en el que estemos. Lo malo de esta enorme ventaja, es que se ha convertido en una obsesión ya que con tantas facilidades de comunicación se ha creado una dependencia a los medios que permiten mantenernos comunicados.

Con el paso de la nueva tecnología, existe la llamada “comunicación digital”, esta comunicación se basa en dispositivos móviles, de la mano de aplicaciones y conexión a internet, nos provee la capacidad de estar comunicado con muchas personas a la vez y en diferentes partes del mundo. Uno de los fuertes en este ámbito son las llamadas “redes sociales”, que con el paso de cortos lapsos de tiempo, su auge se vuelve mayor.

Este enorme desarrollo de sistemas digitales de comunicación, crea en el humano una nueva necesidad. Como ya se mencionó anteriormente, se desencadena una obsesión vinculada al ocio y la cultura. Entonces estos medios terminan siendo los pioneros en comunicación rápida y eficaz, también dentro del campo de la información. Situaciones en las que antes tardábamos en conocer, hoy por hoy en pocos minutos tenemos una serie de enlaces, de informes, documentos, videos y todo tipo de mensajes informativos que llegan a nuestra red social de preferencia.

Por esa misma razón cada persona desarrolla una obsesión, que termina amenazando con sensaciones de ansiedad al momento de poder conectarse, porque en el mundo suceden cosas a cada momento y por cada momento que no podamos conectarnos, la comunicación con el mundo exterior se corta y la información no nos llega.

Reflexionando entonces, podemos decir que las nuevas vías de comunicación son una enorme ventaja, pero también debemos destacar que terminan convirtiéndose en obstáculos para otras situaciones, pues dejamos que esta vía nos consuma y apartamos totalmente la manera física. Donde preferimos mandar un texto a la persona que está en la otra habitación para comunicarle algo, en lugar de ir personalmente.

### 2.3 Redes Sociales o Social Media

Las redes sociales, se definen como un conjunto delimitado por personas, grupos, organizaciones, sociedades globales, etc. (Freeman, 1992) “Colección más o menos precisa de conceptos y procedimientos analíticos y metodológicos que facilita la recogida de datos y el estudio sistemático de pautas de relaciones sociales entre la gente”

Una red social, tiene una distinción entre forma y contenido. Este procedimiento termina siendo un análisis formal de la información que se recoge para terminarla convirtiendo en datos. Por supuesto esto implica un tipo de comportamiento y acción en la percepción de tal relación entre dos unidades.

Las redes sociales se han ido posicionando en la vida del ser humano permitiendo que interactúen, poniéndose a disposición de usos diversos como encontrarse, comunicarse, informar, crear relaciones, debatir ideas de política, temas religiosos y de cultura. En otras ocasiones, usada como herramienta profesional para darse a conocer, crear trabajo, medios de publicidad tanto de empresa como personal. O incluso en las instituciones educativas, conectándose fuera del horario de clases o impartiendo clases desde otro lado del mundo.

Actualmente la mayoría de cosas giran en torno a las redes sociales, sobretodo la comunicación mediada por computadoras que obliga a incluir el internet para conectarse a dichas redes.

Por lo tanto, se puede decir que vivimos en la actualidad del fenómeno social que con el uso de dispositivos inteligentes y la aparición de la web, se crean estas plataformas de comunicación social global, popularizadas por el uso masivo e incluso necesario.

Los servicios más conocidos a nivel de red social son: Facebook, WhatsApp, Twitter, Google Plus, Instagram, YouTube, LinkedIn, Tumblr, Messenger, Snap Chat. Estos servicios se han ido afianzando a la comunidad estudiantil y universitaria, en la información, para hacer periodismo y comunicar las noticias a nivel mundial, para publicitar negocios de todo tipo, artistas, películas, espacios de temas políticos, culturales, religiosos que forman una comunidad donde plasman sus ideas.

En cuanto más numerosa sea una red social, más facilidad de entablar relaciones existirá, por eso termina siendo una herramienta fuerte al momento de crear conexiones, pasar información y unir gente.

## **2.4 La Radio y los formatos de opinión**

La radio es un medio de comunicación que envía sonidos mediante ondas, es el medio de mayor acceso, pues llega con facilidad a personas de toda clase social en el mundo. Sus principales características son la inmediatez y el contacto muy personal que tiene con su audiencia.

La historia de la radio tiene variedades de hipótesis ligadas a distintos nombres que han colaborado con diferentes teorías sobre el surgimiento de dicho medio de comunicación.

### **Géneros Radiofónicos**

Los géneros radiofónicos son los más importantes para la producción de un programa, puesto que estos permiten tener un amplio repertorio en su parrillada radial, así también lo menciona la periodista Laura Rodríguez.

Los géneros radiofónicos son grandes clasificaciones de la producción, que trascienden la misma radio, pero que asumen formas particulares por las características del lenguaje de este medio. Los géneros son “modelos” que implican leyes de producción y crean hábitos de percepción. (Rodríguez, 2011)

### **Innovación en los géneros radiofónicos**

Actualmente es común ver la inclinación de combinación de los géneros, lo cual es inconcebible, por esto se han innovado para que no sea planteado como tal, sino como un acercamiento, y para ello se ha dispuesto una clasificación de géneros y subgéneros radiofónicos.

Según los amplios campos de contenido se dispone la siguiente clasificación:

- ✚ **Géneros de ficción.** - Derivan de los géneros literarios, parten de la creatividad de sus productores y se plasma en grabaciones dramatizadas, dichas grabaciones anteriormente eran grabadas en vivo, y en la actualidad son pregrabadas.
- ✚ **Géneros realistas o informativos.** - Abordan temas noticiosos, su principal objetivo es dar a conocer hechos relevantes de manera objetiva, clara y concisa.
- ✚ **Géneros publicitarios.** - Se encargan de promocionar un producto o personaje determinado dentro del medio.
- ✚ **Géneros musicales.** - Comprenden diferentes espacios dedicados únicamente a

la música, además brindan información acerca de cantantes y nuevas producciones discográficas.

✚ **Géneros de variedades.** - Se puede manifestar mediante concursos entre dos o más participantes, se caracteriza por entretener a la audiencia y a su vez tienden a ser humorísticos.

✚ **Géneros educativos.** - Impulsan la difusión de contenidos válidos que sirvan para la adquisición de nuevos conocimientos por parte de la audiencia. (Cebrián Herreros, 2007)

## 2.5 Registros deportivos Radiofónicos

El primer evento deportivo transmitido radialmente fue la pelea entre el estadounidense Jack Dempsey, y el francés Georges Carpentier, el 2 de julio de 1921. Dicho evento tuvo lugar en la ciudad de New Jersey; es entonces cuando empieza esta alianza que existe entre el deporte y el medio de comunicación radiofónico.

A lo largo de la historia, han surgido emisoras radiales que se especializan en el ámbito deportivo, debido a la gran demanda que tienen por parte de la audiencia, que cada vez está más familiarizada con la cultura del deporte. Estas emisoras radiales suelen estar bien estructuradas; generalmente, se maneja con diferentes segmentos y un libreto predestinado para todos los programas.

Con el pasar de los años, en los programas radiales deportivos no sólo se limitan a informar, sino también a opinar acerca de un determinado tema. De alguna manera, la audiencia ya está acostumbrada a que los programas sean realizados de esta manera, incluso dando prioridad muchas veces a los espacios de opinión.

Según Gustavo Villamizar Durán:

Un buen programa deportivo puede organizarse mediante un guion que asuma el formato de una radio revista por su variedad y flexibilidad. No se trata de redactar un libreto para cada programa, porque exige mucho tiempo y puede hacer muy fría la emisión, pero sí un guion en el que se establezcan los segmentos o secciones dedicadas a una u otra disciplina deportiva, expresar opinión en torno a un tema, entrevistas, contactos desde los estadios o las sedes de los equipos y directivos, charlas de carácter técnico con expertos y la intervención de los oyentes, entre otros. (Villamizar, 2013)

## 2.6 Periodismo deportivo radial en Ecuador

El deporte ganó mucho espacio en dicho medio de comunicación, en la actualidad hay 14 emisoras radiales deportivas en el país, estas son:

- ✚ La Red 102.1 FM, Quito
- ✚ Sonorama 103.7 FM, Quito
- ✚ Radio Caravana 750 AM, Guayaquil
- ✚ Súper K800, Guayaquil
- ✚ Diblú 88.9 FM, Guayaquil
- ✚ Deportiva 99.3 FM, Quito
- ✚ Radio Huancavilca 830 AM, Guayaquil
- ✚ CRE Satelital Ecuador 95.5 FM, Ambato
- ✚ Radio Dorado Deportes 1530, Ambato
- ✚ Zona Mega Radio Ecuador

- ✚ La Prensa Sport 100.1 FM
- ✚ Área Deportiva Ecuador 94.5 FM
- ✚ Radio Sport.EC
- ✚ Radio La Redonda FM, Guayaquil. (Radios.com..ec, 2018)

En las mencionadas emisoras especializadas en el deporte, diariamente se emiten comentarios acerca del fútbol ecuatoriano, de hecho, es una característica que por lo general tienen los programas deportivos en los diferentes medios de comunicación.

## **2.7 Marco conceptual**

### **Valores**

Los valores son aquellos principios, virtudes o cualidades que caracterizan a una persona, una acción o un objeto que se consideran típicamente positivos o de gran importancia por un grupo social. Por tanto, los valores se pueden clasificar por su importancia según las prioridades de cada persona o de la sociedad.

### **Educomunicación**

La Educomunicación es un campo teórico-práctico que propone una intervención a partir de algunas líneas básicas como: la educación en medios de comunicación; uso de los medios en la educación; producción de contenidos educativos; gestión democrática de los medios; y práctica epistemológica y experimental del concepto

## **Mass media**

Los medios de comunicación de masas (en inglés, mass media) son los medios de comunicación recibidos simultáneamente por una gran audiencia. Los medios de comunicación de masas son solo instrumentos de la comunicación de masas, y no se refieren al acto comunicativo en sí mismo de carácter interpersonal.

## **Radio**

La radio es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, si bien el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet.

## **Televisión**

Es un medio multisensorial, con imagen, movimiento, color y sonido, cuyas condiciones permiten mostrar muy bien las características del producto e incluso enseñar a usarlo cuando fuese el caso.

## **Formación Ciudadana**

La formación ciudadana es un proceso que forma parte de la socialización de los individuos cuyo propósito es la educación en valores sociales, como la responsabilidad y la participación, que cooperen en el desarrollo de comportamientos solidarios, basados en una identificación plena con la comunidad y el respeto a la convivencia.

## **2.8 Marco Legal**

### **CONSTITUCIÓN REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008**

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural. (...) a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. (...)

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas.

### **Ley Orgánica de Comunicación**

#### **Título I Disposiciones preliminares y definiciones**

Art. 1.- Objeto y ámbito. - Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las 20 personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

**DERECHOS A LA COMUNICACIÓN / SECCIÓN II / DERECHOS DESIGUALDAD E  
INTERCULTURALIDAD**

Art. 35.-Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. Con la Ley de Comunicación todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para ejercer sus derechos y potenciar su desarrollo.

Art. 40. - Derecho a la reserva de la fuente- Ninguna persona que difunda información de interés general, podrá ser obligada a revelar la fuente de la información. Esta protección no le exime de responsabilidad ulterior. La información sobre la identidad de una fuente obtenida ilegal y forzadamente carecerá de todo valor jurídico; y, los riesgos, daños y perjuicios a los que tal fuente quede expuesta serán imputables a quien forzó la revelación de su identidad, quedando obligado a efectuar la reparación integral de los daños.

## CAPÍTULO III

### 3 Marco Metodológico

Para la investigación se utilizó el método de investigación deductivo, el cual refiere una forma específica de razonamiento o pensamiento en la que se extrae conclusiones lógicas y validas a partir de un conjunto de datos. (Estela, 2019) menciona que, “extrae conclusiones lógicas y validas a partir de un conjunto dado de premisas o proposiciones”. (p. 34)

Este método permitió en la investigación tomar una muestra intencional compuesta por los estudiantes de *5to*, *6to* y *7mo* semestre matriculados legalmente en el periodo 2019 –b en la FCSD de la carrera de periodismo, tomando en consideración que de los tres paralelos dos corresponden a la malla actual que se perfila por parte de la ULVR y el ultimo del diseño curricular anterior, por lo cual se toma el universo total de los tres paralelos, los mismos que se encuentran en la etapa de competencias específicas de la especialidad, permitiendo de esta forma realizar el levantamiento de la información.

#### 3.1 Enfoque Investigativo

Para la presente investigación se utilizó fundamentalmente un enfoque mixto, este enfoque permitió obtener mediciones empleando métodos estadísticos y de observación e interpretación. En esta investigación se obtuvieron datos mediante fuentes primarias, los mismos que se analizaron para obtener los resultados finales, de los cuales se realizaron sus respectivas conclusiones que ayudaron al desarrollo de esta investigación. Sampieri, (2014) apunta que, “el enfoque cual cuantitativo: utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. (p. 34)

### 3.2 Tipología Investigativa

El tipo de investigación que se utilizó en este estudio fue la investigación descriptiva ya que se obtuvo datos que ayudaron a determinar la factibilidad y los factores que influyen para el desarrollo de esta tesis. Pilco & Ruiz, (2015) describe que “La investigación descriptiva presenta de forma detallada y porcentualmente cómo suceden los fenómenos y los hechos que son percibidos y se encuentran en análisis en la mente de los clientes.” (p. 69)

### 3.3 Técnicas e instrumentos de la Investigación

**Tabla 1.** Técnicas e instrumentos de recolección

<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN</b>			
<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Involucrados</b>	<b>Localización</b>
Encuesta	Cuestionario Preguntas cerradas	Estudiantes de 5to,6to y 7mo semestre	ULVR
Cuestionario	Entrevista	Director Zona Mega Radio Validación de expertos	Radio online

**Elaborado por:** Lara, (2020)

La técnica que se utilizó para recolectar la información relevante del estudio fue la encuesta la cual estuvo estructurada por una serie de preguntas que facilitaron la obtención de los datos para posteriormente mediante la tabulación y métodos estadísticos poder detallar la conclusión sobre el estudio realizado conociendo con más seguridad su pertinencia en la zona investigada. El formato de la encuesta a aplicar se muestra en Anexo I.

### **3.4 Muestra Poblacional**

#### **3.4.1 Población**

Dentro de una proyección investigativa la población comprende el conjunto total de personas, eventos u objetos que tengan características en común, dentro de una investigación es necesario tomar en cuenta las características esenciales para realizar la selección como espacio, cantidad, tamaño homogeneidad y tiempo del mismo.

### **3.5 Muestra**

El subconjunto que representa a la población escogida en la proyección investigativa se referencia como muestra, su tamaño o cantidad dependerá de la certeza y precisión con la que el investigador trabaje su estudio.

#### **3.5.1 Muestreo**

El muestreo representa la selección de la muestra a partir de la población. El muestreo optimiza recursos, tiempo y esfuerzo. Al obtener una muestra, el estudio del trabajo de investigación se enfoca directamente sobre ella. Se pueden plantear dos tipos de muestreo: el probabilístico y el no probabilístico. Para el caso del muestreo no probabilístico, los elementos que integran la muestra son seleccionados de acuerdo a criterios determinados por el investigador, teniendo en cuenta que la selección sea lo suficientemente representativa. En el muestreo probabilístico, todos los individuos o elementos que integran la población disponen de la misma probabilidad de ser incluidos en la muestra extraída, de manera aleatoria pero representativa.

### 3.5.2 Muestra Poblacional

El presente estudio tiene como población total a los estudiantes matriculados legalmente en el periodo 2019-b de la FCSD de la carrera de periodismo en los semestres 5to y 6to de la malla actual y séptimo de la malla o diseño curricular anterior, de la misma forma se consideró como segmento de estudio a personas de ambos sexos que se encuentren en la actualidad de forma continua en su formación profesional.

**Tabla 2.** Estudiantes encuestados

Semestre	Nº de estudiantes
5to	30
6to	28
7mo	23
Total	81

**Elaborado por:** Lara, (2020)

Al ser una muestra intencional por el perfil de su investigación y sus pautas metodológicas se toma toda la muestra asignada, por lo cual no se aplicara ninguna fórmula estadista ejecutándose en su totalidad la encuesta.

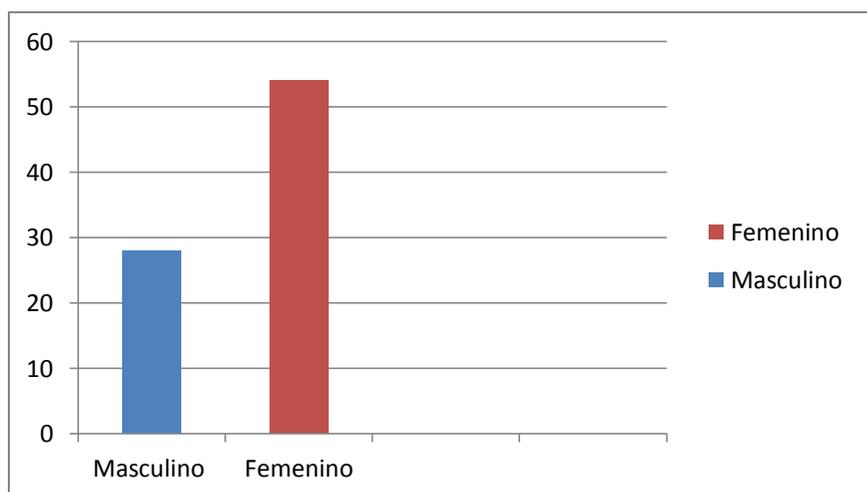
## Filtro: Sexo

**Tabla 3. Filtro: Sexo**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	28	20%
Femenino	54	80%
Total	196	100%

**Fuente:** Instrumento - Encuesta

**Elaborado por:** Lara, (2020)



**Grafico 1: Sexo**

**Fuente:** Instrumento –Encuesta

**Elaborado por:** Lara, (2020)

### Comentario

Bajo este filtro se pudo conocer el desarrollo de temáticas como periodismo deportivo desde ambo sexos para conocer sus intereses y proyecciones formativas, destacando que del universo total, el 80% está compuesto por mujeres.

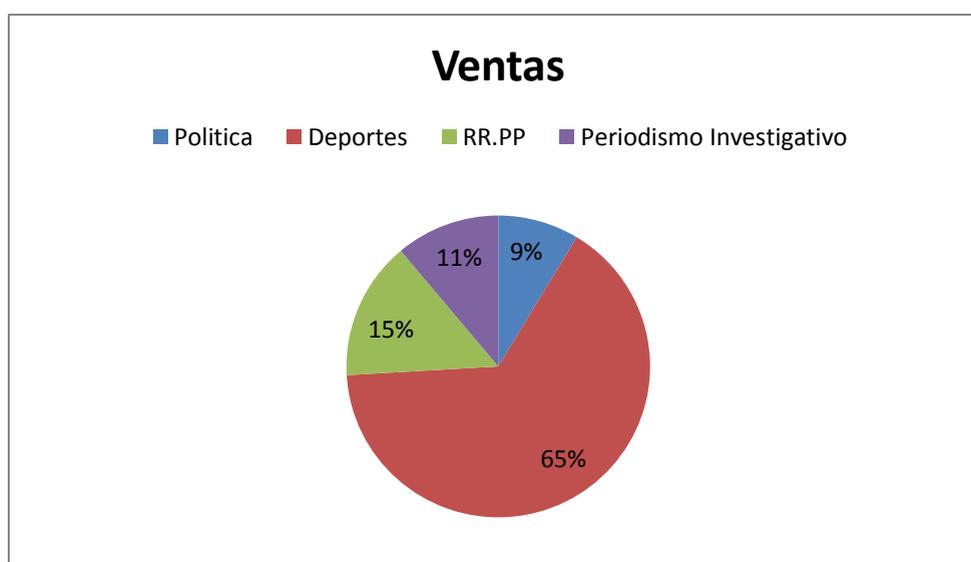
1. ¿En qué línea editorial del periodismo siente mayor afinidad o desenvolvimiento dentro de su actual formación académica?

**Tabla 4.** Línea editorial mayor interés

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Política	7	9%
Deportes	53	65%
RR.PP	12	15%
Periodismo investigativo	9	11%
Total	81	100%

**Fuente:** Instrumento - Encuesta

**Elaborado por:** Lara, 2020



**Gráfico 2:** Línea editorial mayor interés

**Fuente:** Instrumento - Encuesta

**Elaborado por:** Lara, 2020

### Comentario

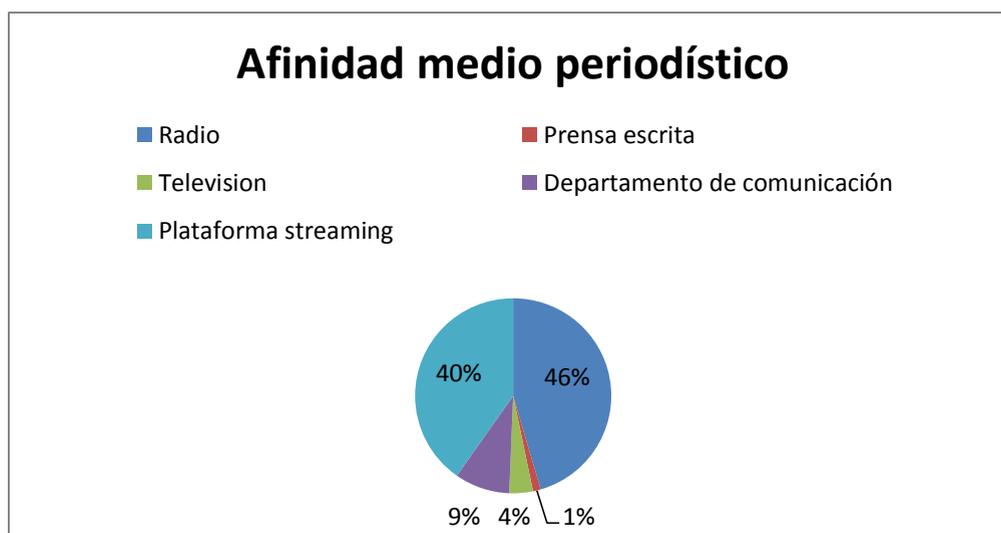
Dentro del complemento de la línea editorial, se puede destacar que tanto hombres como mujeres destacaron el ámbito deportivo con un 65%, seguido de RR.PP y periodismo investigativo. Bajo este apartado se puede destacar que existe un gran interés por el ámbito deportivo en la mujeres que estudian periodismo.

2. ¿En qué medio periodístico siente mayor afinidad o desenvolvimiento dentro de su actual formación académica? Tome en consideración su respuesta anterior.

**Tabla 5:** Afinidad medio periodístico

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<b>Radio</b>	<b>35</b>	<b>46%</b>
<b>Prensa Escrita</b>	<b>1</b>	<b>1%</b>
<b>Televisión</b>	<b>3</b>	<b>4%</b>
<b>Departamento de Comunicación</b>	<b>7</b>	<b>9%</b>
<b>Plataforma Streaming</b>	<b>31</b>	<b>40%</b>
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instrumento - Encuesta  
**Elaborado por:** Lara, 2020



**Gráfico 3.** Afinidad medio periodístico  
**Fuente:** Instrumento - Encuesta  
**Elaborado por:** Lara, 2020

### **Comentario**

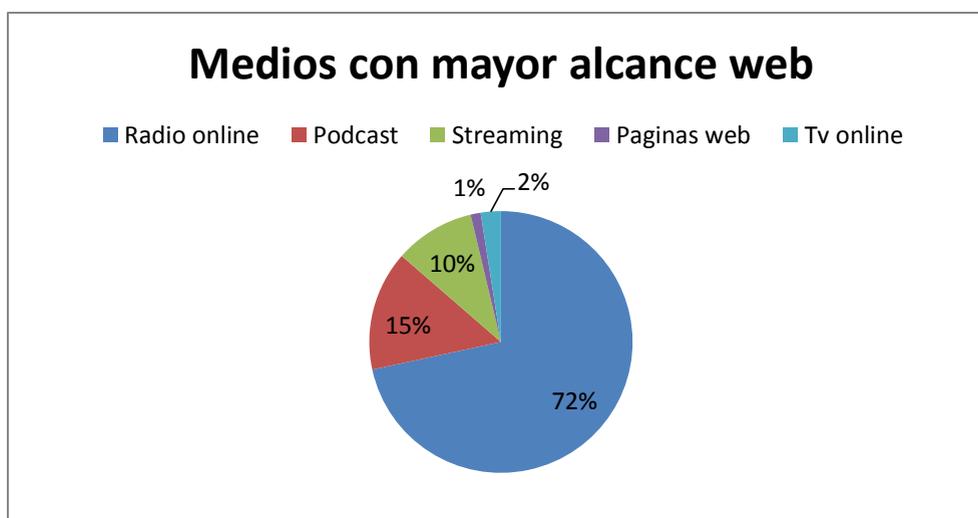
Bajo la presente consulta, los estudiantes mencionaron que el entorno radial y las plataformas streaming son aquellas con mayor afinidad para desenvolverse, ya que permiten de una u otra forma trabajar sin estereotipos o cánones estéticos, sino más bien profesionales.

3. ¿Cuáles considera usted que son los medios con mayor alcance cuando se habla de entornos o plataformas digitales?

**Tabla 6:** Medios con mayor alcance web

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Radio online	58	72%
Podcast	12	15%
Streaming	8	10%
Páginas web	1	1%
Tv online	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instrumento - Encuesta  
**Elaborado por:** Lara, 2020



**Gráfico 4.** Medios con mayor alcance web  
**Fuente:** Instrumento – Encuesta  
**Elaborado por:** Lara, 2020

**Comentario**

En función de los medios streaming o entornos que permiten un mejor alcance o desenvolvimiento se detalló que la radio online y los podcast, son los de mayor aceptación y relevancia para los encuestados. Es necesario destacar que estos dos medios trabajan de forma mancomunada pero son independientes en sus plataformas de exposición.

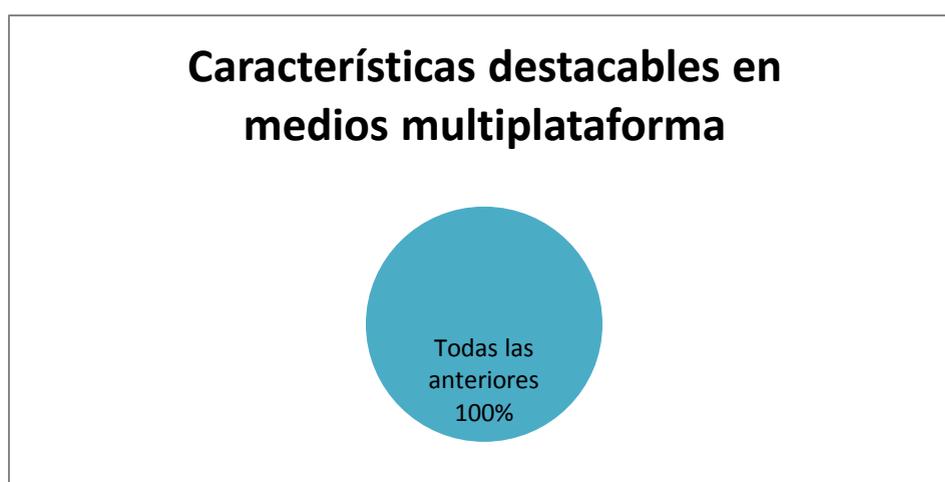
4. ¿Qué características considera usted que destacan en los medios multiplataforma ante el desarrollo informativo de contenidos?

**Tabla 7:** Características destacables en medios multiplataforma

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Oportunidades laborales	0	
Libertad de Opinión y contenidos	0	
Mayor alcance con las audiencias	0	
Convergencia de contenidos en un solo formato de trabajo	0	
Todas las anteriores	81	100%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instrumento - Encuesta

**Elaborado por:** Lara, 2020



**Gráfico 5:** Características destacables en medios multiplataforma

**Fuente:** Instrumento - Encuesta

**Elaborado por:** Lara, 2020

**Comentario**

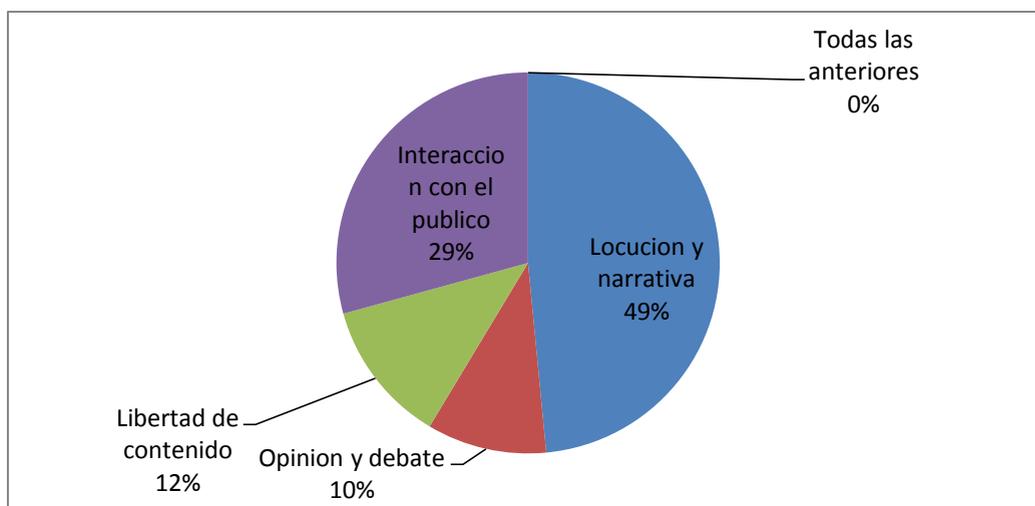
Dentro de las características que se destacan con mayor frecuencia, o porque se convierten en la opción principal por los periodistas estas plataformas, se consideraron todas las opciones como favorables, ya que en la actualidad la información se genera por tráfico en la red y sus alternativas de exploración son infinitas.

5. Podría destacar ¿qué procesos informativos convencionales se mantienen en vigencia a la hora de construir una nota periodística deportiva web en un medio streaming?

**Tabla 8:** Procesos informativos convencionales en el periodismo deportivo web

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Locución y narrativa periodística	48	49%
Opinion y debate de actividades y dirección técnica	10	10%
Libertad de contenido y opinión	12	12%
Interacción con el publico	29	29%
Todas las anteriores	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instrumento - Encuesta  
**Elaborado por:** Lara, 2020



**Gráfico 6:** Procesos informativos convencionales en el periodismo deportivo web

**Fuente:** Instrumento - Encuesta  
**Elaborado por:** Lara, 2020

**Comentario**

Dentro de los principales argumentos o procesos tradicionales que aún se mantienen en la proyección o ejercicio del periodismo deportivo en plataformas web, los estudiantes destacaron que la narrativa y el debate en temas deportivos sigue siendo el eje central, aun cuando la plataforma de interacción o su alcance sean diferentes.

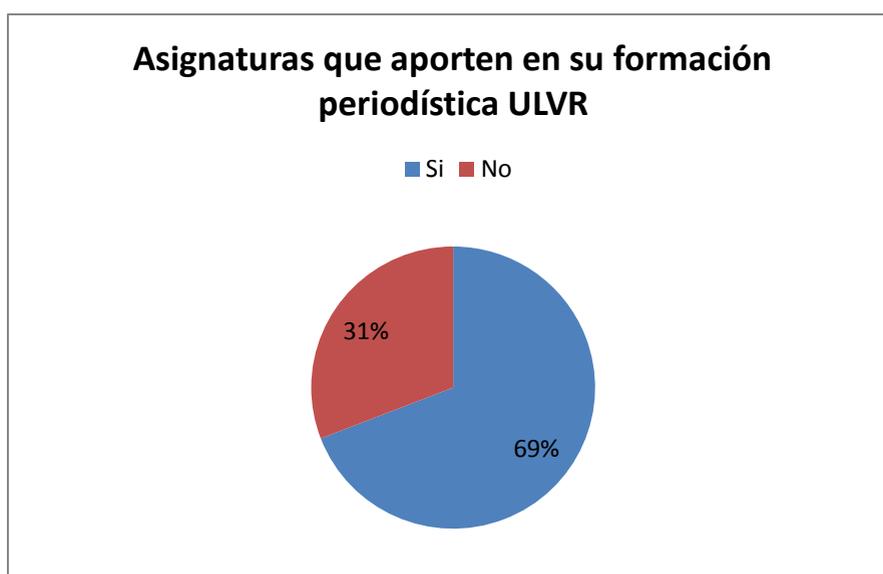
6. ¿Considera usted que dentro de su formación periodística existe en la actualidad asignaturas por parte de la ULVR que gestionen el desarrollo de propuestas digitales deportivas?

**Tabla 9:** Asignaturas que aporten en su formación periodística ULVR

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	<b>56</b>	<b>69%</b>
<b>No</b>	<b>25</b>	<b>31%</b>
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instrumento - Encuesta

**Elaborado por:** Lara, 2020



**Gráfico 7.** Asignaturas que aporten en su formación periodística ULVR

**Fuente:** Instrumento - Encuesta

**Elaborado por:** Lara, 2020

### Comentario

Bajo esta pregunta se debe justificar que la malla actual de la ULVR en su carrera de periodismo consta de asignaturas especializadas en la formación periodística como requisitos y componentes de su formación profesional, a diferencia de la malla anterior donde este contenido se lo veía de forma superficial en función del tipo de propuesta o proyecto final que se halla destino para el final de la asignatura.

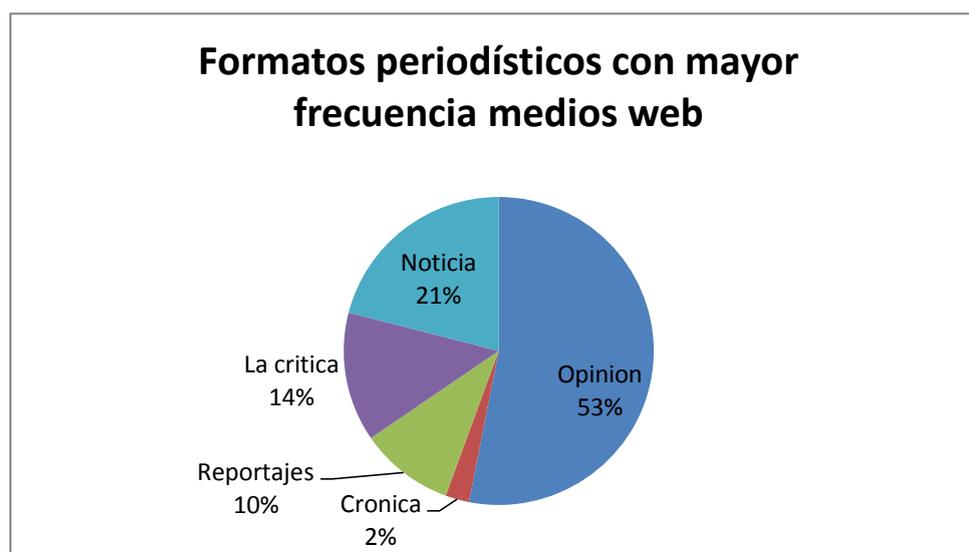
7. ¿Qué tipos de formatos periodísticos o géneros se desarrollan con mayor frecuencia o continuidad en el periodismo deportivo streaming por parte de los medios web ecuatorianos?

**Tabla 10:** Formatos periodísticos con mayor frecuencia y continuidad medios web

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Opinion	43	31%
Crónica	2	41%
Reportaje	8	20%
La critica	11	5%
Noticia	17	3%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instrumento - Encuesta

**Elaborado por:** Lara, 2020



**Grafico 8.** Formatos periodísticos con mayor frecuencia y continuidad medios web

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Lara, 2020

### Comentario

Dentro de los formatos o géneros periodísticos mas utilizados en el entorno digital, se destacan la opinión, noticia y critica, ya que son los componentes principales en el desarrollo de los programas deportivos en web, generando de esta forma un contenido agradable y de fácil entendimiento para el público.

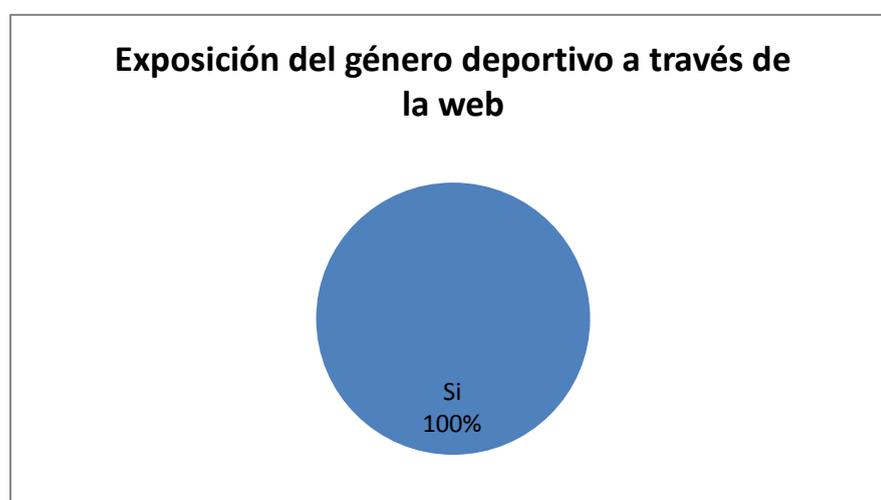
8. Enfocándonos en el ámbito deportivo netamente ¿Considera Usted que estas plataformas han generado una mejor exposición del genero deportivo con nuevas propuestas de comentarista y analistas deportivos?

**Tabla 11:** Exposición del género deportivo a través de la web

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>
<b>No</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instrumento - Encuesta

**Elaborado por:** Lara, 2020



**Gráfico 9.** Exposición del género deportivo a través de la web

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Lara, 2020

### Comentario

Los encuestados destacan que existe una mejor exposición y alcance de los formatos periodísticos gracias al desarrollo de propuestas streaming, permitiendo de esta forma generar un mayor interés y exigencia de contenidos, para aquellas audiencias que ahora dejaron de ser espectadores y se convirtieron en participantes y sustento de estos programas.

### 3.6 Análisis de las Encuestas

- ✚ El interés de temáticas periodísticas deportivas se desarrolla en ambos sexos para, destacando que del universo total de la muestra, en un 80% estaba compuesto por mujeres.
- ✚ Se puede destacar que tanto hombres como mujeres destacaron en el ámbito de la línea editorial el deporte es su proyección más cercana seguido de RR.PP y periodismo investigativo. Bajo este apartado se puede destacar que existe un gran interés por el ámbito deportivo en la mujeres que estudian periodismo.
- ✚ Los encuestados mencionaron que el entorno radial y las plataformas streaming son aquellas con mayor afinidad para desenvolverse, ya que permiten de una u otra forma trabajar sin estereotipos o cánones estéticos.
- ✚ La radio online y los podcast, son los de mayor aceptación y relevancia para los encuestados. Es necesario destacar que estos dos medios trabajan de forma mancomunada pero son independientes en sus plataformas de exposición.
- ✚ En la actualidad la información se genera por tráfico en la red y sus alternativas de exploración son infinitas.
- ✚ Los estudiantes destacaron que la narrativa y el debate en temas deportivos sigue siendo el eje central, aun cuando la plataforma de interacción o su alcance sean diferentes.
- ✚ La malla actual de la ULVR en su carrera de periodismo consta de asignaturas especializadas en la formación periodística como requisitos y componentes de su formación profesional, a diferencia de la malla anterior donde este contenido se lo veía de forma superficial en función del tipo de propuesta o proyecto final que se halla destino para el final de la asignatura.
- ✚ Los formatos o géneros periodísticos más utilizados en el entorno digital, se destacan la opinión, noticia y crítica, ya que son los componentes principales en el desarrollo de los programas deportivos en web, generando de esta forma un contenido agradable y de fácil entendimiento para el público.
- ✚ Existe una mejor exposición y alcance de los formatos periodísticos gracias al desarrollo de propuestas streaming, permitiendo de esta forma generar un mayor interés y exigencia de contenidos, para aquellas audiencias que ahora dejaron de ser espectadores y se convirtieron en participantes y sustento de estos programas.

### **3.7 Análisis de las Entrevistas**

Marlon Ferond Director y dueño principal de la estación radial digital “Zona Mega Radio”.

**1.- ¿Considera usted que los formatos periodísticos tradicionales son aplicables en la actualidad en la construcción de notas digitales?**

Por supuesto que sí, estos siguen siendo la base de la información que se transmite en todas los formatos

**2.- Podría mencionar desde su experticia, ¿en qué año tentativamente empezó la era digital en los medios periodísticos nacionales en su área de trabajo de forma específica en la ciudad de Guayaquil?**

Ya para el año 98 se comenzó a ver los medios escritos tradicionales de Guayaquil en internet

**2.1.- ¿Cuáles fueron los medios que considera usted, que apostaron con la implementación de noticias multiplataforma en su área de trabajo?**

De los pioneros El Universo en prensa escrita, en Radio de los primeros fue C.R.E.

**2.2.- ¿A partir de qué año usted apostó por la producción de notas informativas multiplataforma en medios digitales?**

Para el mundial del 2006 fueron mis inicios en producción informativa digital, Ecuador llegaba a su segundo mundial de manera consecutiva, había mucho material que compartir y había que hacerlo con inmediatez

**3.- Podría mencionar ¿qué procesos informativos convencionales se mantienen en vigencia a la hora de construir una nota periodística web en un medio digital en su área de trabajo?**

Los procesos en la radio digital son los mismos que se practican en la radio de señal aire la diferencia está en la velocidad en que esta llega a los oyentes, donde cada vez más las notas en vivo ganan espacio en la información.

**4.- ¿Cuáles considera usted que han sido los acontecimientos más trascendentales en la última década que han generado tráfico en su área de trabajo en lo que respecta de contenidos digitales en las plataformas informativas del país?**

Podría citar algunos acontecimientos entre ellos: En lo político el 30-S, el sismo de Manabí y Esmeraldas el 16-A

**5.- ¿Qué tipos de formatos periodísticos o contenidos informativos considera usted se consumen con mayor frecuencia en las plataformas web convencionales en su área de trabajo?**

Definitivamente el que encierra al deporte y siendo más específico el futbol

**6.- ¿Cree usted que con la proyección de contenido digitales han surgido o han evolucionado nuevos géneros periodísticos ante las tendencias de consumos informativos**

La creación de medios digitales cada día aumentan donde inclusive en la actualidad no necesitas una página web o un dominio independiente, ahora redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram se los puede usar como aliados para informar.

**7.- ¿Considera usted que la mayoría de los géneros digitales generan credibilidad y confianza de igual manera que medios tradicionales con varios años de trayectoria en el contexto informativo?**

La credibilidad de los medios digitales nace de la seriedad, de la veracidad con que se produzca la información, no por informar primero se deben dejar de lado la responsabilidad que significa compartir la noticia.

**8.- Enfocándonos en el ámbito deportivo netamente ¿Considera Usted que estas plataformas han generado una mejor exposición del genero deportivo con nuevas propuestas de comentarista y analistas deportivos?**

Se puede decir que para todo comunicador deportivo es obligación exponer el análisis, el comentario de manera digital, cada vez se usan más herramientas que facilitan la práctica

**9.- Que cambios ha notado en el género deportivo ante la sobreexposición de medios en la redes o plataformas web en la ciudad de Guayaquil?**

Ahora para leer la crónica de un partido, o escuchar al mejor comentarista, o mirar el reprise de la mejor jugada no tienes que esperar al día siguiente, dado el pitazo final a un juego la demora es nada para que todo esté en la red.

**10.- Podría mencionarnos ¿cuáles son las recomendaciones principales para que una propuesta digital, sea deportiva o informativa pueda generar interés en el publico actual?**

Hay que mezclar seriedad con dinamismo, estos dos ingredientes adquirirán el interés del público.

**Lic. Jonathan Bedon**

**1.- ¿Considera usted que los formatos periodísticos tradicionales son aplicables en la actualidad en la construcción de notas digitales?**

Es claro que es así, esta sigue siendo la base en la que se transmite la información en todos los formatos digitales.

**2.- Podría mencionar desde su experticia, ¿en qué año tentativamente empezó la era digital en los medios periodísticos nacionales en su área de trabajo de forma específica en la ciudad de Guayaquil?**

El inicio de las publicaciones periodísticas digitales fue entre los años 1994 - 1995 pero no era frecuente ya que para esa época no existía aun la experiencia necesaria ni la tecnología suficiente para un desarrollo total del periodismo digital. Se tiene que tener presente que el servicio de internet no era algo que se encontrara en cada hogar de la ciudad. Por lo tanto, las publicaciones digitales no era la fuente principal de información para la sociedad de aquella época.

**2.1.- ¿Cuáles fueron los medios que considera usted, que apostaron con la implementación de noticias multiplataforma en su área de trabajo?**

Creo que es difícil mencionar cual fue pionero ya que todos trataron de implementarlo. Pero se puede mencionar a algunos. Diario Hoy, El Universo y El Comercio. Hay también emisoras de radio que lo hicieron tales como: Atalaya, C.R.E entre otras.

**2.2.- ¿A partir de qué año usted apostó por la producción de notas informativas multiplataforma en medios digitales?**

Yo comencé a realizar trabajos periodísticos digitales a partir del año 2010. En ese tiempo se dio inicio con mayor fuerza el periodismo 2.0. Todo se volvió más interactivo porque se contaba con la revolución que fueron las redes sociales. Con esto se logró un mayor impacto en la audiencia.

**3.- Podría mencionar ¿qué procesos informativos convencionales se mantienen en vigencia a la hora de construir una nota periodística web en un medio digital en su área de trabajo?**

La radio aún conserva mucho de la forma convencional en que realizaba el envío de información. Pero ha adoptado algunos estilos informativos de la televisión ya que en la actualidad gracias a las redes sociales se pueden realizar transmisiones en vivo y tener una mayor interacción con el público.

**4.- ¿Cuáles considera usted que han sido los acontecimientos más trascendentales en la última década que han generado tráfico en su área de trabajo en lo que respecta de contenidos digitales en las plataformas informativas del país?**

Existen varios entre ellos están: Todo lo ocurrido en el gobierno del Expresidente Rafael Correa, los atentados en países extranjeros, el cambio de Papa y su visita a Ecuador entre otros.

**5.- ¿Qué tipos de formatos periodísticos o contenidos informativos considera usted se consumen con mayor frecuencia en las plataformas web convencionales en su área de trabajo?**

El Deportivo, político, y de farándula.

**6.- ¿Cree usted que con la proyección de contenido digitales han surgido o han evolucionado nuevos géneros periodísticos ante las tendencias de consumos**

## **informativos?**

Creo que el mundo digital es cada día variable. Hay momentos en que cada género periodístico es tendencia según la situación social, económica, política o simplemente si alguien hizo algo fuera de lo común y se convierte en tendencia.

Considero que las bases del periodismo siguen siendo las mismas simplemente que ahora se tiene un mayor impacto con cada palabra que se escribe o dice ya que la audiencia tiene ahora el poder de opinar y ser escuchado o leído en el mundo virtual.

### **7.- ¿Considera usted que la mayoría de los géneros digitales generan credibilidad y confianza de igual manera que medios tradicionales con varios años de trayectoria en el contexto informativo?**

Los medios de comunicación digitales tienen debido a su inmediatez la responsabilidad de ser veraces y serios ante cualquier hecho. Hay que recordar que toda publicación de ellos puede ser verificada de manera instantánea. Su credibilidad por lo tanto es mucho más sensible ante un trabajo periodístico mal realizado.

### **8.- Enfocándonos en el ámbito deportivo netamente ¿Considera Usted que estas plataformas han generado una mejor exposición del género deportivo con nuevas propuestas de comentarista y analistas deportivos?**

Por supuesto que lo considero así. Como lo mencione anteriormente la información ahora es verificable de manera inmediata gracias a las redes sociales y al mismo internet. Esto hace mejores y más responsables comentaristas y analistas deportivos. Pero no se puede dejar a un lado al mal profesional que nunca falta y solo usa las plataformas digitales para sugestionar o confundir al público. Pero a esa clase no los llamo periodistas.

**9.- ¿Qué cambios ha notado en el género deportivo ante la sobreexposición de medios en las redes o plataformas web en la ciudad de Guayaquil?**

El principal cambio es la inmediatez. Ya tienes el gol de un partido o cualquier dato del mismo al instante.

**10.- Podría mencionarnos ¿cuáles son las recomendaciones principales para que una propuesta digital, sea deportiva o informativa pueda generar interés en el público actual?**

Creo que debido a la rapidez con que la gente se informa un programa debe ser interactivo sin dejar a un lado la seriedad que necesita la información que se está dando.

**10 recomendaciones para empezar un medio digital:**

1. - Buscar una idea impactante y de alto interés para el público
2. - Crear una página Web que sea el recipiente de ese contenido
3. - Crear redes sociales para la misma
4. - Crear contenido multimedia (Fotográfico y video)
5. - Tener contenido nuevo o actualizado a cada hora.
6. - Generar interacción con la audiencia por medio de redes sociales.
7. - La inmediatez no es garantía de éxito. Una información mal dada puede hacer que las personas no vean tu medio de nuevo.
8. - Realizar transmisiones de eventos trascendentales en vivo.

9. - Buscar como mínimo 2 o 4 auspiciantes publicitarios para que el medio se sostenga económicamente.

10. - Tener siempre en observación las críticas de la audiencia ya que esto servirá para la mejora y crecimiento del mismo medio.

### 3.8 Conclusiones

- ✚ Dentro del análisis de los medios con mayor alcance en transmisión deportiva se pudo caracterizar a través de las encuestas y la validación de expertos que los radios online y los podcast son el más consumido y con mejor alcance, siendo estos una sub-clasificación muy cercana de la radio clásica con la mayoría de sus componentes.
- ✚ Las principales características que se desarrollan a través de estas propuestas son la posibilidad de manejar un debate más abierto y una libertad de contenidos que está dirigida a captar y no solo a mantener o agradar como en los formatos tradicionales, que ante la falta de rating o público consecutivo se culmina las transmisiones.
- ✚ La formación especializada ante el desarrollo de competencias específicas permite una relación directa con los entornos de praxis del futuro profesional, tal como lo realiza la universidad laica Vicente Rocafuerte a través de su malla actual, la encuesta aplicada a las dos mallas permitió reconocer la funcionalidad y desarrollo de estos aspectos formativos en el claustro universitario de la carrera.
- ✚ Los instrumentos de investigación a través de las encuestas y entrevistas permitieron gestionar características que deberían cumplir los proyectos o propuestas de orden web en materia deportiva o general, permitiendo de esta forma brindar un aporte desde la presente investigación a los periodistas en formación.

### 3.9 Recomendaciones

- ✚ Se recomienda realizar un estudio que profundice los procesos y procedimientos de las estructuras streaming ante el desarrollo formativo académico.
- ✚ Desarrollar propuestas independientes que permitan entornos o espacios de interacción para generar mayor interés en la praxis de las temáticas deportivas.
- ✚ Tomar en consideración esta investigación como referencia para futuros estudios sobre los temas destacados para generar propuestas y proyectos de construcción de espacios comunicacionales.

## Bibliografía

- Castell, M. (2014). Cambio El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global. BBVA.
- Chávez, A. (2004). Televisión educativa o televisión para aprender. Razón y Palabra (36).
- Dominick, J. R. (2006). La dinámica de la comunicación masiva. México: McGraw-Hill.
- Fernández, B. J. (S/F). Medios de comunicación, difusión de valores y alfabetización digital. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid.
- Freire, F. C. (2008). Revista Latina de Comunicación Social. Obtenido de Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/23\\_34\\_Santiago/Francisco\\_Campos.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html)
- Gil, R. (1993). Periodismo: Historia y Teoría. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=pUmtJB3nRC4C&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=pUmtJB3nRC4C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- González, E. (17 de enero de 2017). Redes sociales y periodismo. (Trecebits.com, Entrevistador) Obtenido de Trecebits: [www.trecebits.com](http://www.trecebits.com)
- González, J. (27 de Junio de 2017). Google, Facebook y el periodismo: Una relación de conveniencia. Obtenido de <http://conversacionescon.es/google-facebook-periodismo-relacion/>
- Guallar, J., Rovira, C., & Ruiz, S. (noviembre-diciembre de 2010). Multimedialidad en la prensa digital. Obtenido de <file:///C:/Users/Bruno%20Sebastian/Documents/material%20para%20la%20tesis/620-631-Guallar-Rovira-Ruiz%20era%20multimedia%20material%20tesis.pdf>
- Martin Serrano, M. (1986). Publicidad y sociedad de consumo, Madrid, Eicuse.
- Manna, M. (6 de Junio de 2011). Periodismo en la actualidad: interrogantes y nuevos modos. Obtenido de <http://www.unr.edu.ar/noticia/3645/periodismo-en-la->

actualidad-interrogantes-y-nuevos-modos

Mejía, J. (2 de mayo de 2017). Estadísticas de redes sociales. Obtenido de <http://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>

Menjivar, E. (17 de Noviembre de 2001). Multimedia y sus elementos. Obtenido de <http://www.maestrosdelweb.com/multime/>

McLuhan, M. (1962). *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, México, Diana.

Montesinos, C. R. (2011). Medios de Comunicación y ciudadanía. *Revista de investigación en comunicación y desarrollo*, 16-24.

Rodríguez, C., & Vera, M. (septiembre de 2011). “Implementación de una alternativa audiovisual, informativa educativa que promueva la elaboración de producción cinematográfica en los jóvenes realizadores guayaquileños.”. 1-237. Guayaquil, Ecuador.

SENPLADES. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito, Ecuador

UNESCO (1999) “La radio”. En: *Informe Mundial sobre la Comunicación. Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías*, Ediciones UNESCO-CINDOC, Fundación Santa María, Madrid. Pp. 139-158.

# **ANEXOS**

## Anexo 1. Modelo de Encuesta

**Filtro: Sexo**

Opciones
Masculino
Femenino

1. **¿En qué línea editorial del periodismo siente mayor afinidad o desenvolvimiento dentro de su actual formación académica?**

Opciones
Politica
Deportes
RR.PP
Periodismo investigativo

2. **¿En qué medio periodístico siente mayor afinidad o desenvolvimiento dentro de su actual formación académica? Tome en consideración su respuesta anterior.**

Opciones
Radio
Prensa Escrita
Televisión
Departamento de Comunicación
Plataforma Streaming

3. **¿Cuáles considera usted que son los medios con mayor alcance cuando se habla de entornos o plataformas digitales?**

Opciones
Radio online
Podcast
Streaming
Páginas web
Tv online

6. **¿Qué características considera usted que destacan en los medios multiplataforma ante el desarrollo informativo de contenidos?**

Opciones
Oportunidades laborales
Libertad de Opinion y contenidos
Mayor alcance con las audiencias
Convergencia de contenidos en un solo formato de trabajo
Todas las anteriores

7. **Podría destacar ¿qué procesos informativos convencionales se mantienen en vigencia a la hora de construir una nota periodística deportiva web en un medio streaming?**

Opciones
Locución y narrativa periodística
Opinion y debate de actividades y dirección técnica
Libertad de contenido y opinión
Interacción con el publico
Todas las anteriores

8. **¿Considera usted que dentro de su formación periodística existe en la actualidad asignaturas por parte de la ULVR que gestionen el desarrollo de propuestas digitales deportivas?**

Opciones
Si
No

9. **¿Qué tipos de formatos periodísticos o géneros se desarrollan con mayor frecuencia o continuidad en el periodismo deportivo streaming por parte de los medios web ecuatorianos?**

Opciones
Opinion
Crónica
Reportaje
La crítica
Noticia

10. **Enfocándonos en el ámbito deportivo netamente ¿Considera Usted que estas plataformas han generado una mejor exposición del genero deportivo con nuevas propuestas de comentarista y analistas deportivos?**

Opciones
<b>Si</b>
<b>No</b>
<b>Total</b>

## **Anexo 2. Modelo Entrevista**

1.- ¿Considera usted que los formatos periodísticos tradicionales son aplicables en la actualidad en la construcción de notas digitales?

2.- Podría mencionar desde su experticia, ¿en qué año tentativamente empezó la era digital en los medios periodísticos nacionales en su área de trabajo de forma específica en la ciudad de Guayaquil?

2.1.- ¿Cuáles fueron los medios que considera usted, que apostaron con la implementación de noticias multiplataforma en su área de trabajo?

2.2.- ¿A partir de qué año usted apostó por la producción de notas informativas multiplataforma en medios digitales?

3.- Podría mencionar ¿qué procesos informativos convencionales se mantienen en vigencia a la hora de construir una nota periodística web en un medio digital en su área de trabajo?

4.- ¿Cuáles considera usted que han sido los acontecimientos más trascendentales en la última década que han generado tráfico en su área de trabajo en lo que respecta de contenidos digitales en las plataformas informativas del país?

5.- ¿Qué tipos de formatos periodísticos o contenidos informativos considera usted se consumen con mayor frecuencia en las plataformas web convencionales en su área de trabajo?

6.- ¿Cree usted que con la proyección de contenido digitales han surgido o han evolucionado nuevos géneros periodísticos ante las tendencias de consumos informativos

7.- ¿Considera usted que la mayoría de los géneros digitales generan credibilidad y confianza de igual manera que medios tradicionales con varios años de trayectoria en el contexto informativo?

8.- Enfocándonos en el ámbito deportivo netamente ¿Considera Usted que estas plataformas han generado una mejor exposición del genero deportivo con nuevas propuestas de comentarista y analistas deportivos?

9.- Que cambios ha notado en el género deportivo ante la sobreexposición de medios en la redes o plataformas web en la ciudad de Guayaquil?

10.- Podría mencionarnos ¿cuáles son las recomendaciones principales para que una propuesta digital, sea deportiva o informativa pueda generar interés en el publico actual?

## Anexo 3

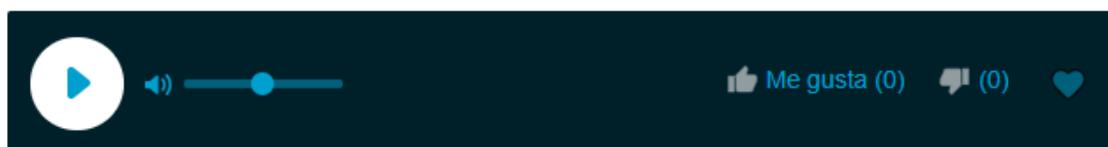
### Zona mega Radio



#### Zona Mega Radio

Stream

¿NO FUNCIONA?



ENTR. DEPORTES

MEDIOS

TOP 40

#### Perfil

Estación radiofónica que logra reunir una oferta llena de programas variados durante las 24 horas para informar, acompañar y alegrar al público, brindando toda la información deportiva de Ecuador y el mundo, música actual variada, tertulia deportiva y sano entretenimiento.

## Anexo 4

### Facebook Zona Mega Radio

**ZONA MEGA**  
RADIO TV ONLINE  
WWW.ZONAMEGA.COM

**Zona Mega Radio TV**  
@ZonaMegaRadioVirtual · Deportes

Ir al grupo

Inicio Opiniones Videos Fotos Más

Me gusta Mensaje

**Información** Ver todo

Guayaquil, Ecuador

ALBORADA VII SAU ALBORADA

Página dedicada a las radios tradicionales deportivas ecuatorianas llevadas al internet

4,234 personas les gusta esto, incluidos 4 de tus amigos

5,765 personas siguen esto

10 personas registró una visita aquí

<http://www.zonamega.com/>

099 108 5376

Enviar mensaje

Crear publicación

Foto/video Estoy aquí Etiquetar amigos

Zona Mega Radio TV está con Yolanda Lopez y 5 personas más. 11 h

Análisis de la tercera fecha LIGAPRO segunda etapa

**ZONA DEPORTIVA LIGAPRO segunda etapa**

YOUTUBE.COM

Análisis de la Tercera fecha LIGAPRO Segunda Etapa

Suscríbete a nuestro canal de YouTube <https://bit.ly/2EXDZwM>

**Anexo 5**  
Malla rediseño Periodismo FCSD

CUARTO SEMESTRE			
ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO	EMPENDIMIENTO	REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO I	PERIODISMO DIGITAL
PERIODISMO Y CULTURA ITINERARIO I	HISTORIA DEL DEPORTE EN ECUADOR ITINERARIO II	PERIODISMO AUDIOVISUAL	ESTADÍSTICA PARA LA INVESTIGACIÓN

QUINTO SEMESTRE			
REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO II	PERIODISMO INFORMATIVO	COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA	DIAGRAMACIÓN DE MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES
COMUNICACIÓN POPULAR ITINERARIO I	PSICOLOGÍA DEL DEPORTE ITINERARIO II	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA	

SEXTO SEMESTRE			
PERIODISMO Y CREATIVIDAD	PERIODISMO POLÍTICO	FOTOPERIODISMO	DIÁLOGOS INTERCULTURALES ITINERARIO I
LOCUCIÓN Y NARRACIÓN DEPORTIVA ITINERARIO II	PERIODISMO Y LENGUAJE DE TELEVISIÓN	SEGURIDAD Y COBERTURA PERIODÍSTICA	VINCULACIÓN

Malla no rediseñada Periodismo FCSD

CUARTO SEMESTRE		
Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación PERP205 CR: 10	Periodismo y Lenguaje de Radio PERP204 CR: 10	Noiones de Estadística PERB202 CR: 4

QUINTO SEMESTRE			
Legislación Periodística PERP205 CR: 4	Periodismo Digital PERP304 CR: 6	Periodismo y Creatividad PERP306 CR: 8	Producción de Radio PERP302 CR: 3
OPERATIVA I PERO310 CR: 3			

SEXTO SEMESTRE		
Diagramación PERP303 CR: 8	Periodismo Interpretativo PERP305 CR: 8	Periodismo y Lenguaje de Televisión PERP301 CR: 8

SÉPTIMO SEMESTRE			
Ética Periodística PERP406 CR: 4	Práctica de Periodismo Escrito y Digital PERP403 CR: 10	Práctica de Radio PERP402 CR: 10	OPERATIVA II PERO409 CR: 3