



**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

**FORMATOS DE PROGRAMAS RADIALES EN EL CAMPO DEL
PERIODISMO DEPORTIVO**

TÍTULO

**ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS RADIALES MUNDIDEPORTES Y ALÓ
FÚTBOL RESPECTO AL USO CORRECTO DE LOS FORMATOS
RADIOFÓNICOS.**

AUTOR

**ÁNGEL NICOLÁS RODRÍGUEZ BOLOÑA
ANNA MARÍA ROSERO ESCOBAR**

GUAYAQUIL

2022

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Análisis de los programas radiales MundiDeportes y Aló Fútbol respecto al uso correcto de los formatos radiofónicos.	
AUTOR/ES: Rodríguez Boloña Ángel Nicolás. Rosero Escobar Anna María.	REVISORES O TUTORES: Mag. María Fernanda Carvajal Muñoz
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciado en periodismo.
FACULTAD: Facultad de Ciencias Sociales y Derecho.	CARRERA: Carrera de periodismo
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2021	N. DE PAGS: 120 páginas.
ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e información	
PALABRAS CLAVE: MundiDeportes, Aló Fútbol, formatos radiofónicos, análisis.	
RESUMEN: En la presente investigación fueron examinados los programas radiales MundiDeportes transmitido por CRE Satelital y Aló Fútbol que se transmite en Radio Redonda, con el objetivo de analizar el uso correcto de los formatos radiofónicos en dichos programas. Se empleó una metodología mixta con enfoque cuantitativo y cualitativo en donde aplicando	

entrevistas, el estudio de caso y las fichas de análisis como instrumento de investigación, se realizó el respectivo análisis de la estructura, los géneros y formatos que los programas indicados implementan durante su programación. Para el levantamiento de la información se consideraron los doce programas de MundiDeportes y los once de Aló Fútbol desarrollados durante los Juegos Olímpicos Tokio 2020 y transmitidos desde el 23 de julio y el 8 de agosto de 2021. En cuanto al programa MundiDeportes se determinó que su estructura se conforma por preproducción y producción, mientras que, Aló Fútbol por producción y postproducción; en referencia a los géneros radiofónicos, en el primero destaca el informativo y en Aló Fútbol el informativo y el de opinión. Finalmente, se concluyó también que los formatos radiofónicos empleados en ambos programas radiales son el comentario, noticiero, charla, spot y entrevista; variando la frecuencia de uso en cada uno; en MundiDeportes se destacó la utilización del spot con una frecuencia de 60 veces y el noticiero de 50; mientras que, en Aló Fútbol, se encuentran mejor distribuidos los formatos usando al comentario, noticiero y spot con un total de 11 veces durante cada transmisión.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Carvajal Muñoz María Fernanda	Teléfono: 0999525360	E-mail: mcarvajalm@ulvr.edu.ec

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mgtr. Diana Almeida Aguilera Teléfono: 2596500 Ext. 250 E-mail: dalmeidaa@ulvr.edu.ec Mag. Omar Villavicencio Santillán Teléfono: 2596500 Ext. 249 E-mail: jvillavicencios@ulvr.edu.ec
------------------------------------	---

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 2022년 04월 04일 14:41 -05
Identificador: 1801679945
Número de palabras: 21340
Entregado: 1

Tesis final Por Ana - Angel Rosero - Rodriguez

Índice de similitud	Similitud según fuente
7%	Internet Sources: 8% Publicaciones: 1% Trabajos del estudiante: 3%

1% match (Internet desde 09-nov.-2017)

<http://www.redalyc.org/pdf/1995/199514908023.pdf>

1% match (Internet desde 28-oct.-2021)

<https://core.ac.uk/download/pdf/19709249.pdf>

1% match (Internet desde 24-ene.-2020)

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/15289/1/TESIS%20FINAL.pdf>

1% match (Internet desde 16-nov.-2017)

<http://dSPACE.UCUENCA.EDU.EC/bitstream/123456789/27042/1/Trabajo%20de%20Titulaci%c3%b3n.pdf>

1% match (Internet desde 21-jul.-2016)

<https://pt.scribd.com/doc/63693494/Formatos-Radiales-y-Comunicacion-Para-El-Desarrollo>

1% match (Internet desde 16-jul.-2021)

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5430/tesis430.pdf>

1% match (Internet desde 20-jul.-2020)

<https://mcomunicacionblog.wordpress.com/category/la-radio/>

1% match (Internet desde 13-mar.-2022)

<https://revistas.udem.edu.co/index.php/anaoramas/issue/download/215/40>

Activar Windows
Ve a Configuración para activar.

Firma:

MARÍA FERNANDA CARVAJAL MUÑOZ

C.C. 0925972770

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados RODRÍGUEZ BOLOÑA ÁNGEL NICOLÁS y ROSERO ESCOBAR ANNA MARÍA, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS RADIALES MUNDIDEPORTES Y ALÓ FÚTBOL RESPECTO AL USO CORRECTO DE LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS.**, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autores

Firma:

RODRÍGUEZ BOLOÑA ÁNGEL NICOLÁS

C.I. 0924798580

Firma:

ROSERO ESCOBAR ANNA MARÍA


C.I. 0953338068

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS RADIALES MUNDIDEPORTES Y ALÓ FÚTBOL RESPECTO AL USO CORRECTO DE LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS**, designada 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: **ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS RADIALES MUNDIDEPORTES Y ALÓ FÚTBOL RESPECTO AL USO CORRECTO DE LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS**, presentado por los estudiantes **RODRÍGUEZ BOLOÑA ÁNGEL NICOLÁS** y **ROSERO ESCOBAR ANNA MARÍA** como requisito previo, para optar al Título de **LICENCIADO EN PERIODISMO**, encontrándose apto para su sustentación.

Firma: 

MARÍA FERNANDA CARVAJAL MUÑOZ

C.C. 0925972770

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial para nuestra tutora Mag. María Fernanda Carvajal Muñoz por su guía y acompañamiento durante la realización de esta investigación. Su calidez humana y paciencia nos permitió aplicar los conocimientos adquiridos dentro de la carrera de periodismo y poder lograr de manera exitosa la culminación de nuestro trabajo de grado.

Agradezco a mis padres, Roberto y Lourdes, por su apoyo incondicional y ejemplo que con esfuerzo cualquier meta en la vida se puede alcanzar. A mi compañero de investigación, Ángel Rodríguez, por su colaboración y apoyo en el transcurso del proyecto, cada trabajo tiene su dificultad; sin embargo, como equipo pudimos culminar la investigación.

AGRADECIMIENTO

Mi madre siempre dice que un hombre exitoso no se mide por sus títulos, ni por sus cuentas bancarias, sino por la capacidad de amar, por su fortaleza, y por la paz en sus días, y esto lo consigues teniendo a Dios en tu corazón.

Quiero comenzar agradeciendo a Dios y a mis padres, Pastora Boloña y Ricardo Rodríguez, sin ellos no hubiese tenido mi complemento ideal para asumir esta travesía de casi 5 años de universidad.

Al Msc. Federico Varas y Msc. Evelin Cadenas por ser además de mis profesores, mentores y guías en todo este proceso; también agradecerle de manera especial a nuestra tutora, Mag. María Fernanda Carvajal Muñoz, que en todo este tiempo tuvo la paciencia y la predisposición de ayudarnos a cumplir este objetivo de titulación.

Por último, pero no menos importante a mi tío / segundo padre, Conrado Boloña, por apoyarme y ayudarme desde que estuve en escuela hasta el día de hoy, gracias por enseñarme lo más básico, esencial y a veces lo más complicado de la vida. Ser feliz y disfrutar el camino.

DEDICATORIA

El proceso hacia la meta es igual o más importante que la misma, Su desarrollo no va en una línea recta, tiene subidas y bajadas. Tener personas que desde afuera se queden observando y animándonos a seguir es clave para poder continuar en aquellos días que falta motivación o que el miedo quiere ganarnos.

Como lo indica Aristóteles, el ser humano es social por naturaleza, por esa razón, aunque la meta tengamos que cruzarla por nuestra cuenta, siempre se agradecerá contar con el apoyo de seres queridos, de familia y amigos.

Este trabajo de investigación previo a la obtención del título de licenciado en periodismo va dedicado a: Lourdes Escobar, Roberto Rosero, Anna Miriam Rosero, David Bello, Ana Muñoz, Arianna Cortés, Hugo Armendáriz, Paolo Potes, Ángela Morales y Ángel Meza.

“Nadie tiene mayor amor que este, que uno ponga su vida por sus amigos.” Juan 15:13 Reina Valera 1960 (RVR1960). Su amor, paciencia y dedicación fue el motor que muchas veces necesité para continuar en la carrera y cumplir esta meta de la que hoy me siento muy orgullosa de decir “lo logré”.

DEDICATORIA

Citando a uno de mis cantantes favoritos, Gustavo Cerati en compañía de la inigualable Mercedes Sosa, “Tarda en llegar, pero al final hay recompensa.”

Sería muy egoísta de mi parte no mencionar a dos de las personas más importantes en vida y que de manera consciente o inconsciente hicieron que pudiera culminar esta gran etapa.

Mi abuela y segunda madre, Graciela Álvarez, por ella he conseguido todo lo poco o mucho que tengo en mi vida, es mi motor y mi más grande amor, gracias por esperarme y siempre retarme para poder lograr graduarme de la Universidad. Esto es tan tuyo como mío.

Y también para mi tío Luis Curillo que físicamente ya no está conmigo pero que en todo el tiempo que lo pude disfrutar siempre dejó en mi la importancia de amar todo lo que haces y disfrutar de la vida.

Esto es para ustedes.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
RESUMEN	xviii
ABSTRACT	xix
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I EL PROBLEMA.....	2
1.1. Tema	2
1.1.1. Título.....	2
1.2. Planteamiento del Problema.....	2
1.3. Formulación del Problema	5
1.4. Sistematización del Problema	5
1.5. Objetivo General	6
1.6. Objetivos Específicos	6
1.7. Justificación	6
1.8. Delimitación del Problema	7
1.9. Idea a Defender	7
1.10. Línea de Investigación Institucional/Facultad	7
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	8
2.1. Marco referencial	8
2.2. Marco Teórico	12
2.2.1. Antecedentes	12
2.2.2. Radio	15
2.2.2.1. Historia de la radio	16

2.2.2.2. Características de la radio.....	18
2.2.2.3. Roles en la radio	20
2.2.2.4. Géneros radiofónicos	22
2.2.2.5. Formatos Radiofónicos	23
2.2.2.6. Programa de radio	26
2.2.2.7. Etapas de la producción radial	26
2.2.3. Periodismo deportivo	30
2.2.3.1. Transmisiones deportivas	33
2.2.3.2. Programas deportivos en Ecuador	34
2.2.3.3. Géneros periodísticos deportivos	35
2.2.3.4. Formatos radiofónicos deportivos.....	37
2.2.3.5. Estadísticas de radios en Ecuador	37
2.3 Marco Conceptual	42
2.4 Marco Legal	44
2.4.1 Constitución de la República del Ecuador	44
2.4.2. Ley Orgánica de Comunicación	45
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.1. Metodología	48
3.2. Tipo de investigación.....	48
3.2.1. Estudio de caso	48
3.2.2. Investigación exploratoria	49
3.2.3. Investigación descriptiva.....	49
3.2.4. Investigación explicativa.....	49
3.3. Enfoque.....	50
3.4. Técnica e instrumentos	50

3.4.1. Formato de cuestionario de entrevista	51
3.4.2. Ficha de análisis.....	51
3.4.3. Población y Muestra.....	53
3.5. Análisis de resultados	53
3.5.1. Análisis de entrevistas.....	53
3.5.2. Análisis de fichas.....	56
3.5.2.1. Programa MundiDeportes	56
3.5.2.2. Programa Aló Fútbol.....	64
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES	74
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	76
ANEXOS.....	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Delimitación del problema.....	7
Tabla 2 Actividades de preproducción.....	27
Tabla 3 Actividades de postproducción	29
Tabla 4 Modelo de ficha de análisis.....	52
Tabla 5 Lista de entrevistados	53
Tabla 6 Estructura del programa radial MundiDeportes.....	56
Tabla 7 Géneros radiofónicos utilizados en el programa MundiDeportes.....	57
Tabla 8 Formatos radiofónicos utilizados en MundiDeportes.....	58
Tabla 9 Frecuencia de uso de formatos radiofónicos en MundiDeportes.....	59
Tabla 10 Tiempo utilizado por el programa MundiDeportes	60
Tabla 11 Estructura aplicada en la programación Aló Fútbol.....	64
Tabla 12 Géneros aplicados en la programación de Aló Fútbol.....	65
Tabla 13 Formatos radiofónicos aplicados en la programación de Aló Fútbol.....	66
Tabla 14 Frecuencia de formatos radiofónicos aplicados en la programación Aló Fútbol.....	67
Tabla 15 Tiempo de uso de formatos radiofónicos en la programación de Aló Fútbol.....	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Consumo de radio	3
Figura 2 Contenido del programa radial Aló Fútbol.....	4
Figura 3 Contenido programa radian MundiDeportes	5
Figura 4 Ubicación de medios en la región Costa	38
Figura 5 Ubicación de medios en la región Sierra.....	39
Figura 6 Ubicación de medios en la región Oriente.....	40
Figura 7 Ubicación de medios en la región Insular	41
Figura 8 Estructura del programa radial MundiDeportes.....	56
Figura 9 Géneros radiofónicos utilizados en el programa MundiDeportes.....	57
Figura 10 Formatos radiofónicos utilizados en MundiDeportes	58
Figura 11 Frecuencia de uso de formatos radiofónicos en MundiDeportes.....	59
Figura 12 Tiempo utilizado por el programa MundiDeportes.....	61
Figura 13 Estructura aplicada en la programación Aló Fútbol.....	64
Figura 14 Géneros aplicados en la programación de Aló Fútbol	65
Figura 15 Formatos radiofónicos aplicados en la programación de Aló Fútbol.....	66
Figura 16 Frecuencia de formatos radiofónicos aplicados en la programación Aló Fútbol	68
Figura 17 Tiempo de uso de formatos radiofónicos en la programación de Aló Fútbol	69

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Transcripción de las entrevistas	81
Anexo B. Ficha de análisis de los programas MundiDeportes y Aló fútbol	89

RESUMEN

En la presente investigación fueron examinados los programas radiales MundiDeportes transmitido por CRE Satelital y Aló Fútbol que se transmite en Radio Redonda, con el objetivo de analizar el uso correcto de los formatos radiofónicos en dichos programas. Se empleó una metodología mixta con enfoque cuantitativo y cualitativo en donde aplicando entrevistas, el estudio de caso y las fichas de análisis como instrumento de investigación, se realizó el respectivo análisis de la estructura, los géneros y formatos que los programas indicados implementan durante su programación. Para el levantamiento de la información se consideraron los doce programas de MundiDeportes y los once de Aló Fútbol desarrollados durante los Juegos Olímpicos Tokio 2020 y transmitidos desde el 23 de julio y el 8 de agosto de 2021. En cuanto al programa MundiDeportes se determinó que su estructura se conforma por preproducción y producción, mientras que, Aló Fútbol por producción y postproducción; en referencia a los géneros radiofónicos, en el primero destaca el informativo y en Aló Fútbol el informativo y el de opinión. Finalmente, se concluyó también que los formatos radiofónicos empleados en ambos programas radiales son el comentario, noticiero, charla, spot y entrevista; variando la frecuencia de uso en cada uno; en MundiDeportes se destacó la utilización del spot con una frecuencia de 60 veces y el noticiero de 50; mientras que, en Aló Fútbol, se encuentran mejor distribuidos los formatos usando al comentario, noticiero y spot con un total de 11 veces durante cada transmisión.

Palabras clave: MundiDeportes, Aló Fútbol, formatos radiofónicos, análisis.

ABSTRACT

This investigation examines the radio programs MundiDeportes, broadcast by CRE Satelital and Aló Futbol, broadcast by Radio Redonda, with the objective of analyzing the correct use of radio formats in these programs. A mixed methodology with a quantitative and qualitative approach was used, in which interviews, case studies and analysis sheets were used as research instruments to analyze the structure, genres and formats that the programs in question implement during their programming. For the collection of information, the twelve programs of MundiDeportes and the eleven of Aló Futbol developed during the Olympic Games Tokyo 2020 and broadcasted from July 23 to August 8, 2021 were considered. Regarding the MundiDeportes program, it was determined that its structure is made up of pre-production and production, while Aló Futbol is made up of production and post-production; in reference to the radio genres, in the former the informative genre stands out and in Aló Futbol the informative and opinion genres. Finally, it was also concluded that the radio formats used in both radio programs are commentary, newscast, talk, spot and interview; varying the frequency of use in each one; in MundiDeportes the use of the spot was highlighted with a frequency of 60 times and the newscast 50 times; while in Aló Futbol, the formats are better distributed using the commentary, newscast and spot with a total of 11 times during each transmission.

Keywords: MundiDeportes, Aló Futbol, radio formats, analysis.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enfocará en realizar un análisis completo de la estructura, géneros y formatos radiofónicos aplicados en los programas radiales MundiDeportes y Aló Fútbol, esto con la finalidad de esquematizar una estructura base para la producción de futuros programas. Por lo cual en el presente se prevé aceptar o rechazar la hipótesis de que el uso correcto de los formatos radiofónicos en los programas radiales deportivos impacta en la fidelidad de la audiencia, delimitando el campo de acción al estudio de dichos programas, para establecer así una amplia perspectiva de sus componentes.

En el primer capítulo se abordarán los componentes propios de la investigación detallando así datos relevantes como el planteamiento, formulación, sistematización, justificación y delimitación del problema, los objetivos a ejecutar y la idea a defender. Posteriormente, dentro del marco teórico se detallará la información bibliográfica correspondiente al tema, abordando así títulos básicos como la radio y su historia, los roles, formatos y géneros radiofónicos, además se narrará de forma concisa lo relacionado al periodismo deportivo y su historia dentro del Ecuador.

Finalmente, en el capítulo 3 en donde se desarrollará la parte metodológica de la investigación será empleada una metodología con enfoque mixto haciendo uso de técnicas del tipo cuantitativo y cualitativo para resolver el problema planteado. Para el levantamiento de la información serán analizados los doce programas de MundiDeportes y los once de Aló Fútbol desarrollados durante los Juegos Olímpicos Tokio 2020 y transmitidos desde el 23 de julio al 8 de agosto de 2021; así también serán ejecutadas encuestas a panelistas de dichos programas radiales deportivos con la finalidad de obtener su punto de vista sobre el tema en análisis.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Tema

Formatos de programas radiales en el campo del periodismo deportivo.

1.1.1. Título

Análisis de los programas radiales MundiDeportes y Aló Fútbol respecto al uso correcto de los formatos radiofónicos.

1.2. Planteamiento del Problema

La radio es un medio de comunicación masivo que se basa en enviar señales de audio a través de ondas, este medio tiene una gran importancia dado a su mayor nivel de cobertura en la población. A medida que pasan los años, los oyentes aumentan sus expectativas al momento de sintonizar un programa, es ahí cuando el buen uso de formatos radiofónicos es una pieza clave para la producción de los mismo. Entiéndase por formatos radiofónicos a las distintas maneras de transmitir un mensaje.

Para iniciar la presente investigación se realizó un sondeo de opinión a 20 personas con el objetivo de conocer si consumen programas radiales deportivos y a su vez determinar qué tipos de contenidos son de su interés. De acuerdo, a la información recabada de forma empírica se determina que el consumo de programas radiales deportivos disminuyó en un 60 %, porque consideran que en la actualidad el contenido que se comparte no cumple con las características informativas.

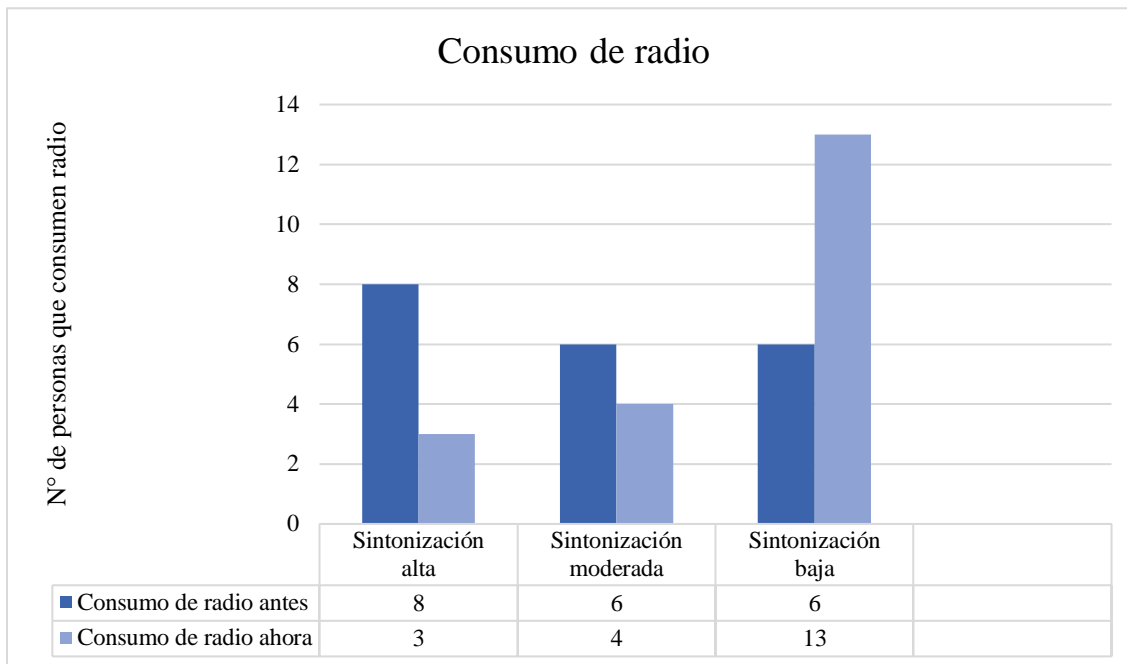


Figura 1

Consumo de radio

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

Además, se realizó un monitoreo de los programas MundiDeportes que se transmiten por la señal de CRE Satelital y Aló Fútbol que se sintoniza por la señal de Radio Redonda, ambos casos de estudio de esta investigación.

En el programa Aló Fútbol, que se transmite de 12H00 a 14H00, de lunes a viernes, se evidenció que durante las dos horas de programación cerca del 50 % de la información no correspondía a temas deportivos sino a temáticas varias como el clima, el tráfico, experiencias personales de los presentadores, entre otros. Y el otro 50 % del programa se dividía entre noticias, opiniones e interacción con el público.

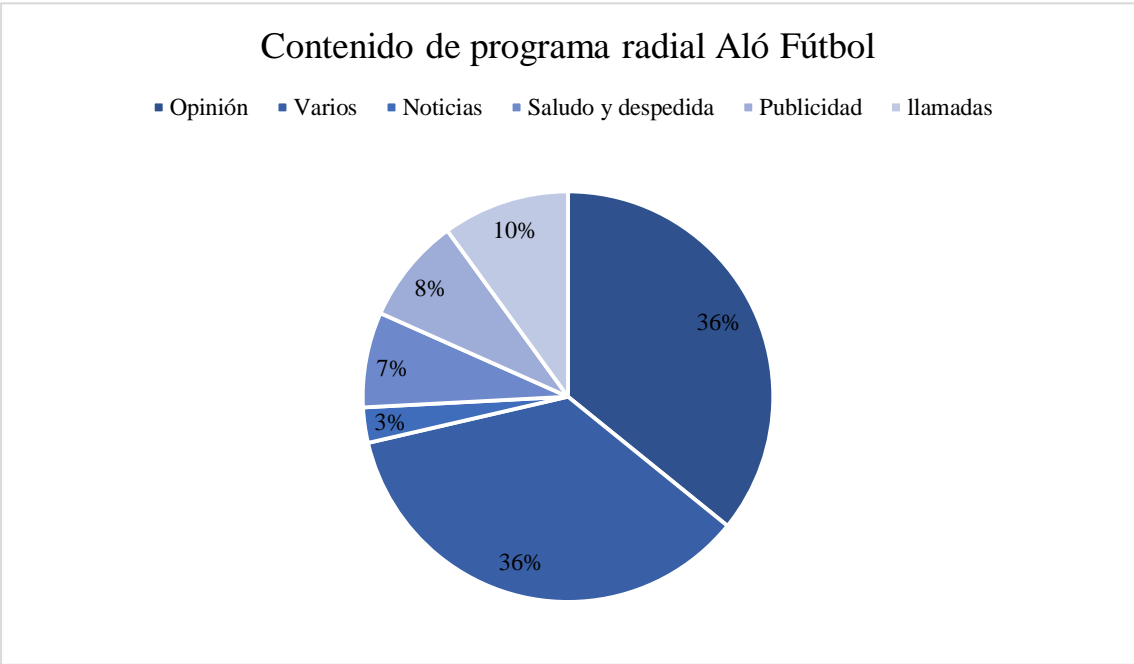


Figura 2
Contenido del programa radial Aló Fútbol
 Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

En el programa MundiDeportes, que se transmite de 15H00 a 17H00, de lunes a viernes, se evidenció que más del 30 % de su programación son opiniones de los locutores respecto a temas deportivos; sin embargo, las mismas no tienen un tiempo máximo, por lo que se extienden y solo logran dialogar dos o tres temas del día durante las dos horas de programación.

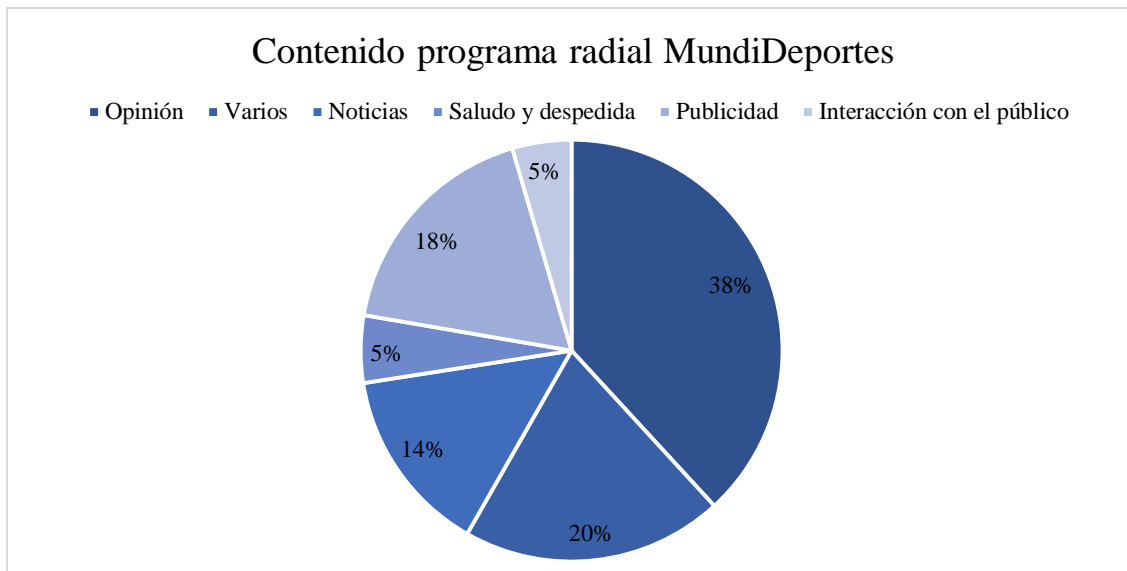


Figura 3

Contenido programa radian MundiDeportes

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

En conclusión, los programas radiales en estudio, que tienen una duración de dos horas, emplean casi el 50 % de su programación en hablar de temas varios y el otro 50 % para informar de temas deportivos. Los formatos que más emplean son la noticia y el comentario. Ante lo expuesto es importante el desarrollo de la presente investigación.

1.3. Formulación del Problema

¿Qué formatos radiofónicos emplean los programas radiales deportivos Aló Fútbol y MundiDeportes?

1.4. Sistematización del Problema

- ¿Qué tipos de géneros radiofónicos se emplean en los programas radiales deportivos?
- ¿Qué tipos de formatos radiofónicos se emplean en los programas radiales deportivos?
- ¿Con qué frecuencia se usan los formatos radiofónicos en los programas deportivos radiales?

- ¿Para mantener la fidelidad de la audiencia es necesario implementar los formatos radiofónicos en los programas deportivos?
- ¿Cuáles etapas de la producción radial aplican los programas radiales deportivos?

1.5. Objetivo General

- Analizar los programas radiales MundiDeportes y Aló fútbol respecto al uso correcto de los formatos radiofónicos.

1.6. Objetivos Específicos

- Comparar la estructura de los programas Aló Fútbol y MundiDeportes.
- Determinar las etapas de la producción radial que utilizan los programas deportivos objeto de estudio.
- Identificar los géneros radiofónicos utilizados por los programas Aló Fútbol y MundiDeportes
- Enumerar los formatos radiofónicos utilizados por Aló Fútbol y MundiDeportes
- Determinar la frecuencia de uso de los formatos radiofónicos en los programas deportivos Aló Fútbol y MundiDeportes

1.7. Justificación

Acorde a lo mencionado en el planteamiento del problema, previo a la investigación, se realizó una encuesta a personas que mostraban interés en los programas deportivos, se consultó la frecuencia de sintonía de los programas radiales; sin embargo, en su mayoría confirmaron un descenso de sintonización.

Según el argumento de los encuestados, los programas deportivos actualmente tienen menor contenido informativo, con frecuencia se escucha sobre anécdotas personales de los locutores. Adicional, dentro de las transmisiones, el deporte que más destaca es el fútbol. La radio

es el medio de comunicación con mayor alcance, se puede escuchar en el domicilio como transportándose a otro lugar. Tomando en cuenta su versatilidad, es importante conocer qué estructura o formato es el más adecuado al momento de producir un programa radial deportivo.

Comparar los formatos radiofónicos aplicados en los programas Aló Fútbol y MundiDeportes, permite esquematizar una estructura base para la producción de futuros programas. Cada programa tendrá balance en los distintos géneros periodísticos y como resultado, el oyente tendrá acceso a información verás; variada y entretenida.

1.8. Delimitación del Problema

Este proyecto delimita su campo de acción al análisis de la implementación de formatos radiofónicos en los programas radiales deportivos Aló Fútbol y MundiDeportes.

Tabla 1

Delimitación del problema

<i>Delimitación del problema</i>	
Área:	Ecuador, Guayas, Guayaquil.
Caso de estudio:	Programa radial Aló Fútbol y MundiDeportes.
Tiempo:	24 de agosto al 05 de septiembre de 2021 (Juegos Olímpicos)
Contenido	Análisis de la implementación de formatos radiofónicos en los programas radiales deportivos Aló Fútbol y MundiDeportes.
Problema a estudiar:	Uso de formatos radiofónicos en programas radiales deportivos

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

1.9. Idea a Defender

El uso correcto de los formatos radiofónicos en los programas radiales deportivos impacta en la fidelidad de la audiencia.

1.10. Línea de Investigación Institucional/Facultad

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación/ Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco referencial

1. La radio: hábitos de consumo de los futuros periodistas

Santos & Pérez (2016); en el trabajo de investigación denominado *La radio: hábitos de consumo de los futuros periodistas*; desarrollado con el objetivo de conocer los hábitos de consumo radial en cuanto a tiempo, lugar, emisoras, programas y consumo de información entre los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco, los investigadores utilizaron una metodología de enfoque mixto para la resolución de la hipótesis planteada. Mediante la aplicación de un cuestionario a 230 estudiantes compuestos por preguntas del tipo cerradas y abiertas a la opinión.

Los resultados indican, que la nueva generación de periodistas pierde interés por la radiodifusión exponiendo que de la muestra investigada solamente el 6,13% escucha radio de manera semanal en un tiempo menor a una hora, mientras que, sus preferencias se inclinan por soportes como el teléfono móvil o aplicaciones de internet, en cuanto al lugar de preferencia para escuchar radio en un 53,8% los encuestados eligen su hogar, un 22,9% en el transporte y el 31,6% en los centros de trabajo, por otra parte, la programación preferida esta inclinada hacia el entretenimiento con un 43,65% y los deportes con un 12,1%. Estos resultados indican que en la actualidad es necesario fortalecer el consumo radial entre los estudiantes universitarios con la finalidad de evitar el declive de este medio de comunicación tan importante para la sociedad (Santos & Pérez, 2016).

2. La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma

Martínez- Costa (2017) en este estudio desarrollado con la finalidad de recopilar las iniciativas del género radial que representan el afán perenne de las radios por mantener a sus radioescuchas dentro de los medios de comunicación actuales a través de una metodología cualitativa – descriptiva basado en la toma de muestras intencionales obtenidas mediante la percepción, la percepción y el análisis. Los resultados indican que la radio es un medio que nunca se ha mantenido al margen de los cambios tecnológicos, empleando nuevos lenguajes, soportes y maneras de consolidar sus lazos con la comunidad, el progreso de los tipos de producción, comercialización y acogimiento se ha visto proyectado mediante la configuración de todos los contenidos, así como también de los contenidos para interactuar con la audiencia principalmente a través del medio digital.

Se indica también como conclusión que para que los medios radiofónicos se mantengan vigentes en la actualidad es relevante que dentro de su producción de combinen modelos tradicionales con las nuevas alternativas que brinda el internet. A pesar de los cambios significativos en el ámbito tecnológico que se han desarrollado en la actualidad, la radio ha buscado diversas alternativas para mantenerse vigente con el paso de los años; con la inserción a su programación de diversos géneros, por ejemplo, incluyendo también la difusión de mensajes comerciales, así, además de una forma de ocio, la radio también se convertiría en un medio para promover el comercio y la economía (Martinez-Costa, 2017).

3. Transformaciones y tendencias de la radio deportiva en la convergencia digital

Zambrano (2021) plantea esta investigación con la finalidad de indagar la transformación del medio radial en su concordancia con el medio digital; la muestra elegida para el desarrollo fueron 4 programas de mayor sintonía en Colombia, mediante la aplicación de una investigación mixta, exploratoria, correlacional y descriptiva empleando a su vez técnicas como las encuestas,

entrevistas, observación así como también de grupos de discusión, se pudo determinar las tendencias, competencias y perfiles del periodista actual y su relevancia dentro de la sociedad.

El estudio concluye que, dentro de la programación en análisis estos llevan sus programas a la web empleando para esto los formatos tipo podcast para complementar el medio tradicional; se realiza apoyándose en medios fotográficos y textuales para crear así una relación idónea entre lo tradicional con el uso de medios digitales. Se pudo determinar también que dentro de los programas deportivos radiales destaca el uso de un estilo periodístico controversial con el uso de comentarios sarcásticos que son la característica principal de este tipo de programas, así mismos programas de la muestra transmiten en vivo su programación a través de la web para de esta manera hacer que la audiencia pueda relacionarse con los reporteros de manera eficaz y sencilla. La evolución de la información deportiva ha sido partícipe de la evolución misma de la radio, por ende, en la actualidad dichos contenidos deportivos, deben emplear formatos que les permitan adaptarse a los cambios (Zambrano, 2021).

4. Nuevos modelos radiofónicos: las redes de podcast en Argentina

Espada (2018) desarrolla el estudio *Nuevos modelos radiofónicos: las redes de podcast en Argentina*, con la finalidad de determinar de manera exploratoria cómo se realiza la producción, distribución y comercialización de la radio “on demand” en el país. Se emplea una metodología cualitativa aplicando entrevistas y análisis, como también datos cuantitativos para establecer niveles comparativos. Entre las principales conclusiones se destaca la duración de los programas los cuales tienen un promedio de 20 a 40 minutos, mientras que los formatos aplicados con mayor relevancia dentro de este modelo de radio son la mesa-debate y los informes, por otra parte, dentro de las temáticas más relevantes, se destacan temas relacionados con el cine, el ámbito deportivo y la autoayuda. Otra de las conclusiones relevantes de la investigación revela que para los oyentes

resulta más factible la apreciación de este tipo de podcast radiales, debido a la facilidad que tienen de acceder a la información mediante cualquier dispositivo electrónico (Espada, 2018).

5. Comunicación, deporte y radio. Estudio comparativo de programas radiales ecuatorianos

Zapata, Flores & Mafla (2021); en el estudio al título Comunicación, deporte y radio. Estudio comparativo de programas radiales ecuatorianos; plantean como objetivo el analizar comparativamente el performance de los periodistas deportivos dentro de diferentes programas radiales en las ciudades de Ambato, Quito y Guayaquil. Empleando un diseño de investigación exploratorio-comparativo al contenido de 12 medios de radiodifusión de las mencionadas ciudades durante seis semanas de finales del 2020; los resultados obtenidos durante la fase exploratoria permitieron determinar que en la mayoría de las estaciones durante los programas radiales informativos las opiniones carentes de imparcialidad forman parte esencial en las ciudades de Quito (58%) y Guayaquil (70%). Por otra parte, las notas informativas se desarrollan con menor énfasis en la ciudad costera con un 30%, en la capital quiteña con un 42%, mientras que, en la ciudad de Ambato prevalecen con un 58%.

Otros de los resultados referente a la correcta utilización de las fuentes de información indican que en Ambato se emplean en un 54%, en Quito un 32% y, en Guayaquil solamente un 43% de la muestra emplea bien este recurso; en cuanto a la imparcialidad de los periodistas deportivos al momento de emitir los programas radiales se obtuvo que en Ambato el 56%, en Quito el 82% y en Guayaquil el 44% de los periodistas se muestra imparcial. Los paneles radiales se componen principalmente por hombres, sintetizando: Ambato 100%, Quito 92% y Guayaquil 76%. Finalmente, en cuanto a las temáticas tratadas en estos programas se encuentra que el fútbol es el actor principal, con 98%, 97% y 100% respectivamente. Por ende, la investigación sugiere a futuros investigadores ampliar el universo estudiado para así tener mejor detalle de la ejecución del periodismo deportivo en el Ecuador (Zapata, Flores, & Mafla, 2021).

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Antecedentes

La comunicación está presente desde siempre, debido a que, de una u otra manera el ser humano busca la forma de comunicarse entre sí. Se considera que el termino proviene del vocablo latín '*communicare*', que se define como *compartir alguna cosa*. Durante el paso de los años, la comunicación ha sido fundamental para el desarrollo de los seres humanos, permitiendo así el intercambio de pensamientos, conocimientos y sentimientos. De manera específica puede indicarse que la comunicación es un proceso de transmisión de información entre individuos que comparten un compendio de signos o señales (Yang, Saladigas, & Torres, 2016).

Gracias a la comunicación, los seres humanos obtienen información, este proceso, que implica una emisión de señales, solo será exitoso si el receptor es capaz de interpretar el mensaje y responder; convirtiéndose así en el nuevo emisor. Por ende, la tarea de comunicar es considerada una actividad relevante dentro de la sociedad, siendo su veracidad una característica fundamental. Actualmente existen diferentes vías para comunicar dentro de los medios tradicionales como la radio, prensa o televisión y medios digitales o new-media. Sin embargo, se puede mencionar que la radio, es sin duda, uno de los medios de comunicación más importante, debido a que tiene una mayor capacidad de alcance para llevar información a sitios lejanos (Jimenez, 2019).

A principios del siglo XX tuvieron su apogeo los primeros sistemas de radio, hecho que hizo posible transmitir mensajes de voz de cualquier tipo a través de la distancia. La primera emisora radial es inaugurada durante el año 1916 en Nueva York, alrededor de esa década las transmisiones de radio se consolidaron en Estados Unidos, Francia y el Reino Unido. Hasta los años 50, la radio disfrutó de una gran popularidad. En concordancia con lo que exponen Santos & Pérez (2016) se puede indicar que: al finalizar esta época los programas y las retransmisiones eran

cada vez más numerosas, este medio de comunicación se convirtió rápidamente en un fenómeno social, el cual conseguía reunir a grandes grupos de personas quienes se reunían para escuchar música, transmisiones deportivas o programas cómicos.

Según indica María del Pilar Martínez-Costa se considera que la radio es uno de los medios de comunicación que nunca se ha mantenido exento de los cambios tecnológicos. En cuanto a la evolución de sus formas de creación, distribución y acogida estas se han sufrido desde los orígenes centenarios del medio configuraciones referentes a los contenidos y las formas de interacción con la audiencia. Indicando así, que a pesar de los cambios significativos en el ámbito tecnológico que se han desarrollado en la actualidad, la radio ha buscado diversas alternativas para mantenerse vigente con el paso de los años; con la inserción a su programación de diversos géneros, por ejemplo, incluyendo también la difusión de mensajes comerciales, así, además de una forma de ocio, la radio también se convertiría en un medio para promover el comercio y la economía (Martinez-Costa, 2017, págs. 109-128).

Mientras que, en Estados Unidos nacía una radio comercial con la innovación de programas musicales, en América Latina el proceso se desarrollaba con lentitud, debido a que la obtención de equipos era costosa y de difícil acceso. Es entonces, hasta 1930 que Argentina y México lograron emitir algunas señales radiofónicas; después de un tiempo, los gobiernos de dichos países empezaron a prestar atención a la radio porque la vieron como una herramienta de difusión y es así como la gente empezó a reunirse en torno a la radio (Jimenez, 2019).

En Ecuador, la radio tomó cuerpo desde 1926 con pequeñas transmisiones de información y entretenimiento, desde Guayaquil se armó una pequeña estación experimental llamada *Radio Paris*, la misma tenía sede en Las Peñas, estas transmisiones no solo se escuchaban a nivel nacional, dado a la ventaja de transmisiones de ondas cortas, llegaron hasta Europa. Para 1929

llega otra radio experimental, pero esta vez a la capital, funcionaba de noche y su programación incluía música interpretada por artistas nacionales, además de transmisiones de eventos deportivos de la ciudad. Finalmente, durante la gran depresión en la década de los 30, es cuando surgen las primeras emisoras de radio en el país, siendo *Radio El Prado* la más influyente; nace en la ciudad de Riobamba y fue creada por Carlos Cordovez (Faustos, 2017).

En la radio, el deporte también ha sido contenido relevante desde el nacimiento del medio. La evolución de la información deportiva ha sido partícipe de la evolución misma de la radio, por ende, en la actualidad dichos contenidos deportivos, no sólo atraviesan uno de sus mejores momentos cuantitativamente hablando en casi un siglo de historia, sino que además ha dado paso a un modelo específico, y demandado de emisoras especializadas, *la radio deportiva*, presente muy por encima de idiomas, culturas o sociedades; y, que en la actualidad se mantiene vigente de manera relevante (Zambrano, 2021).

Se considera que 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 (Duarte & Agualongo, 2018). Dicho evento tuvo lugar en la ciudad de New Jersey; y es entonces cuando se inicia la alianza existente entre el deporte y el medio de comunicación radiofónico. A lo largo de la historia, han surgido emisoras radiales especializadas en el ámbito deportivo, debido a la relevante demanda que tienen por parte de la audiencia. Es importante mencionar que, como indican Duarte & Agualongo (2018) los programas radiales deportivos en la actualidad no se limitan solamente a informar, sino que, también a opinar acerca de un determinado tema. La radio deportiva posee un enorme seguimiento y, se puede decir que son el indicador de la importancia que se otorga al deporte en la sociedad.

Los programas de radio se pueden agrupar en: musicales y hablados; siendo los últimos los destinados para una finalidad educativa. Kaplún propone que los programas hablados pueden ser escritos de tres maneras: en forma de monólogo, diálogo o drama, y, es de esta subdivisión de donde nacen los formatos radiofónicos para la realización de programas de radio, los cuales se pueden conjugar entre sí de la manera más provechosa (Kaplún, 1999).

2.2.2. Radio

La palabra radio se deriva del vocablo *radiodifusión*, el cual se define como un sistema de información a distancia, exclusivamente sonoro, que está dirigido a un público variado, disperso y anónimo. Es un modelo de comunicación que se propaga a través de las ondas electromagnéticas por el espacio. Actualmente, la radio ha tomado popularidad como en la década de los años 40, se la concibe como un modelo informacional funcional, puesto que, el proceso de transmisión entre emisor y receptor es lineal, es decir no sólo se presenta en el área comercial, sino también en el participativo. Como medio de comunicación la radio basa su funcionamiento en el envío de señales de audio mediante ondas radiales, las cuales permiten una interacción entre la información y los radioescuchas. La radio tiene una concesión más social ya que esta es uno de los medios de comunicación que más y mejor puede llegar a todo contexto social (Jimenez, 2019)

La radio, ocupa un lugar importante en la historia de la humanidad, antes de la invención del teléfono y la televisión; además, al igual que la prensa escrita y la televisión, son considerados como medios de comunicación masivos; sin embargo, la radio se considera como uno de los medios de comunicación más importantes de todo el mundo debido al fácil acceso que tiene la sociedad y al impacto que crea en la misma; como medio de comunicación social la radio es considerada de gran importancia para formar a la ciudadanía, fortalecer la cultura de los pueblos, informar situaciones de interés colectivo, concientizar o sensibilizar. Posee una importante función

social, la cual se orienta hacia la formación, entretenimiento e información de la colectividad en donde se desarrolla (Alzola, 2015).

Las funciones de la radio son diversas, estas dependiendo del propósito para el cual se utilice, destacando así, para fines informativos, formadores, educativos, publicitarios, o ya sea para entretener, alfabetizar, opinar, alertar o dar avisos, es decir, como servicio público tiene un gran alcance social. Su importancia radica en estas funciones descritas, por ello, el hacer uso de este medio implica de responsabilidad, ética, buen manejo del lenguaje, respeto por sus radioescuchas y honestidad en la información que se emite. Puede indicarse que la radio es un espejo del lenguaje, por ende, debe ser narrado y emocionante; los programas radiales no pueden ser indiferentes ni conceptuales, deben generar efusión (Rendón & Ortega, 2015).

2.2.2.1. Historia de la radio

La historia de la radio tiene sus orígenes en el año de 1887 con el físico de nacionalidad alemana Hertz Heinrich descubre la radiación electromagnética generada mediante cargas del tipo eléctrico. Sin embargo, este hecho es considerado como el resultado de un compendio de investigaciones anteriores, destacando: el trabajo de Oliver Lodge, quien en 1894 pudo transmitir así como también recibir ondas para de esta manera personificar a los símbolos del código Morse y se denominó telegrafía inalámbrica; en 1895 Alexander Popov un profesor ruso, fue el encargado de mejorar el sistema para la recepción de estas ondas electromagnéticas y quien sentaría también las bases para las antenas modernas (Andrade, 2019).

Años después el italiano Guillermo Marconi, apoyado en estas investigaciones y en los de Nikola Tesla, fue quien desarrolló de manera comercial estas antenas, posteriormente en 1901 realizó la construcción de un transmisor con la potencia suficiente para remitir mensajes que cruzaban los océanos. Finalmente, de esta manera la radio se logró convertir en una forma eficiente

de transmitir códigos Morse; en base a ello, fue establecida una compañía encargada de realizar esta actividad; siendo la marina mercante una de las industrias más beneficiadas con esta invención, puesto que la radio era su elemento de comunicación más significativo (Andrade, 2019).

Para 1919 la radio a nivel global se convirtió en un medio único, por lo que se comenzaron a establecer cabinas en Estados Unidos, mientras que, en México el ingeniero en electricidad Constantino de Tárnava, egresado de la Universidad de Notre Dame se consolidaba como el pionero de la radiodifusión fundando la emisora TND siglas de *Tárnava Notre Dame*. Gran Bretaña fue considerado el país con el crecimiento más precipitado de la radio, seguido de Alemania en donde la radiodifusión se apoderó de varios aspectos de la vida cotidiana; durante 1926 se instituyó el llamado *schulfunk* traducido como *radio en el salón de clases*, y, para finales de 1928, una gran cantidad de estaciones radiales regionales tenían importantes secciones de radio con contenido educativo en su programación. Es de esta manera como empieza la redifusión de manera global (Rendón & Ortega, 2015).

Posteriormente, las falencias existentes fueron convertidas en oportunidades puesto que, las empresas buscaban de forma inmesurada corregir los errores cometidos. Así entonces se crearon los receptores de radio emitidos por Westinghouse, quien en Pennsylvania estableció una estación y luego, el 2 de noviembre de 1920 mediante la estación KDKA se realizó la primera transmisión de carácter público. Este adelanto originó también que sean buscadas nuevas maneras de diseñar receptores de mejor calidad, dando lugar así al tipo de sistema radial que se conoce como A.M *amplitud modulada*, y posteriormente el sistema F.M. *frecuencia modulada*, este último este último caracterizado por tener un sonido de mejor calidad y sin movimientos por cuestiones atmosféricas. La invención del transistor en 1947 permitió la construcción de radios portátiles que

combinaban ambas frecuencias, dando inicio así a la época dorada de la radio (Grijjalva & Yaguana, 2019).

La radio sigue siendo (...) el medio de comunicación más universal. Puede decirse que los ciudadanos se enteran de las noticias por la radio, las confirman por la televisión y las reflexionan al día siguiente, con el diario: los que leen los diarios, por supuesto, que son una minoría, mientras que la radio la escuchan todos (Apraez, 2017, pág. 25).

En la actualidad, la radio es uno de los medios de comunicación que se adapta de mejor manera a los cambios existentes, puede mencionarse en específico a la radio online, puesto que, este nuevo formato es un término empleado para llamar a todo programa radial transmitido a través del internet. En el medio local se aprecia como varias emisoras radiales ofertan su servicio a través de páginas web o en aplicaciones móviles, otras en sus programas más escuchados usan el servicio de streaming logrando de esta manera que el público pueda ver quién está detrás del micrófono (Rodero, 2020). El medio radiofónico se retroalimenta del online, ya que no solo crece la audiencia de la radio digital sino también la de la radio tradicional, debido a que esta se retroalimenta de la online; por lo tanto, se consigue que gracias a la radio convencional se escuche más la radio online y que, gracias a la radio online se escuche más la radio tradicional.

2.2.2.2. Características de la radio

Inmediatez. Esta característica se otorga debido a que la noticia es transmitida a los oyentes tal y como se produce, ya sea en el preciso momento o pasados unos minutos. Los radioescuchas necesitan de un equipamiento mínimo para poder informarse, a diferencia de la televisión, que al ofrecer una imagen necesita de una infraestructura más compleja o de la prensa escrita, que se encuentra definida por los horarios de impresión (Faustos, 2017).

Fugacidad. Se puede indicar que los mensajes radiales surgen y sucumben en el momento de la emisión, debido a que es un medio unidireccional. A diferencia de otros medios, la radio no espera, por ejemplo, en los medios escritos es posible pausar la lectura durante un tiempo definido para luego volver a empezar, esta situación no se puede realizar con las informaciones transmitidas a través de la radio. Esta singularidad, causa que los oyentes deban escuchar los programas radiales en el horario de su transmisión, y a la vez deba comprenderlos en dicha ocasión. Al ser la oralidad, la base de la comunicación entre los seres humanos, el mensaje que se transmite por la radio puede ser interiorizado de manera inmediata (Alzola, 2015).

Capacidad de sugestión. Debido a que no hay una percepción de manera visual entre los emisores para con los receptores del mensaje, el oyente está sujeto a imaginar ciertos aspectos que no se le permite apreciar. La radio permite crear espacio nuevo en el radioescucha, no un espacio físico, sino un sitio acústico mental en donde el oyente se ve en la necesidad de crear mentalmente la imagen visual basado en las señales acústicas que recibe. En pocas palabras, cada oyente debe imaginar al radiodifusor o de la situación que se encuentra escuchando en ese momento. En concordancia con lo que indica Apraez (2017) se puede indicar que el lenguaje radial no presenta limitaciones, por ende, está disponible para que, mediante este medio se puedan imaginar libremente las oraciones, los enunciados, los ideales, pensares, sentires, el suceder y todos los aspectos que pueden ser expresados mediante palabras o sonidos a través de la radio (Apraez, 2017).

Incapacidad de elección. El espectador tiene la opción al momento de leer una revista o diario de revisar una página en concreto que le interese, mientras que, en el medio radial esta situación es imposible. El oyente no puede escuchar solo lo que quiere, al contrario, debe escuchar toda la programación en el orden estandarizado por el medio. Esta similitud es característica en los

medios del tipo audiovisual; por lo cual se ve reflejada en la televisión y radio. El espectador debe acoplarse a los horarios establecidos para poder satisfacer su necesidad de informarse (Andrade, 2019).

Limitación de tiempo. La radio tiene un espacio temporal definido, en diferencia con la prensa de carácter escrito, ya que en esta se puede extender la cantidad de páginas de información dependiendo de su interés, pero la radio no, o rara vez puede hacerlo. Por ende, se considera que este ante cualquier situación, siempre cuanta con un limitado periodo de tiempo; dando paso a la tan escuchada frase *en la radio el tiempo es oro* (Duarte & Agualongo, 2018)..

2.2.2.3. Roles en la radio

Para la realización integral de contenidos sonoros están implicadas distintas etapas que requieren de varios aspectos que se deben coordinar a lo largo del proceso, con la finalidad de cumplir un objetivo común. Los roles dentro de la radio se pueden clasificar en dos tipos: los de producción y los de aire (Sanchez, 2019).

Roles de producción:

- **Productores.** Personas estrictamente relacionadas con las actividades de estructuración de todo el programa. Existen varios tipos de productores involucrados en la ejecución de la radio, destacando así al periodístico, artístico, comercial, ejecutivo y al productor general. Entre las actividades se encuentran desde la elaboración de contenido y guiones, la búsqueda de información, tecnicismos e invitados; asimismo es el encardado de que los programas sean ejecutados según su planificación (Santos & Pérez, 2016)
- **Operador.** Es el responsable de la parte técnica del programa radial. Ésta figura se encarga de los detalles musicales, efectos de sonido, salir al aire o cerrar el micrófono cuando sea necesario. Además, deberá estructurar las grillas de contenido que será transmitido durante

el período al aire. Debe tener instrucciones claras y precisas brindadas por el grupo de gente que está en la producción, como una guía de cada bloque del programa (Sanchez, 2019)

- **Coordinador.** Es la persona encargada de preparar el programa durante la emisión, informando y coordinando con los conductores, el operador técnico y la producción. Su función consiste en escuchar el programa al aire para sugerir la corrección de errores como niveles de cortinas o audios inentendibles, asimismo es el encargado de poner en línea a un entrevistado, indicarle al operador sobre la artística necesaria e incluso de avisarle a los conductores cambio de sección (Santos & Pérez, 2016).

Roles de aire:

- **Conductor.** Es quien se encarga puesta en escena del programa, según sea la propuesta, puede haber uno o varios conductores en un espacio. Es importante que el conductor utilice un lenguaje claro, sencillo y cálido, que convoque a la audiencia a interesarse en los temas que se están tratando, a informarse, a sentirse parte de la propuesta y a participar según lo determine el género del programa. Internamente, el conductor es el responsable de articular al aire las distintas secciones que se desarrollen, asimismo es quien presenta a los columnistas, da paso a los cronistas o introduce y cierra las entrevistas (Sanchez, 2019).
- **Locutor.** Se define como la voz del programa. Se trata del personaje que se encargará de eludir y hacer argumentaciones al aire, tomando en consideración el contenido de la producción, empleando estrategias de carisma, persuasión o retórica. Es el encargado además de utilizar las técnicas de locución necesarias para transmitir una voz armoniosa que divulgue emociones a través del micrófono. Se puede indicar que el locutor es la cara del proyecto, por ende, es importante preparar con tiempo los textos, la música o efectos que lo acompañarán durante el programa (Santos & Pérez, 2016).

- **Cronista.** Es la persona que se presenta en el lugar de los hechos para hacer un relevamiento de la noticia de interés, para esto debe recabar información, hablar con testigos, observar el lugar de los hechos y recoger testimonios. La tarea periodística del cronista se centra, en realizar una crónica de lo ocurrido. Dentro de sus funciones están también el transmitir al oyente las sensaciones que rodean al hecho que está reportando u ofrecer medios para potenciar su imaginación (Faustos, 2017).
- **Periodista/Columnista.** Es el profesional con capacidad de comunicación que se dedica a difundir información y análisis sobre un área determinada de conocimiento, existen entonces columnistas de deportes, economía, política nacional e internacional, gastronomía, espectáculos y demás áreas. Su salida al aire suele ser regular, pudiendo tener una frecuencia diaria o semanal, acompaña al conductor del programa. Su responsabilidad es destacar los temas del día o los que se hayan seleccionado para esa jornada, para esto investiga, busca datos e información relevante, así también enriquece el programa con comentarios, puntos de vista y enfoques sobre el tema en discusión (Sanchez, 2019).
- **Operador de audio.** Se define como el responsable de la parte técnica del programa radial. Es el encargado de los detalles musicales, los efectos de sonido, salir al aire o cerrar el micrófono de algún participante cuando sea necesario. Además, su función también consiste en estructurar las grillas de contenido que se transmiten durante el período al aire del programa (Faustos, 2017).

2.2.2.4. Géneros radiofónicos

Los géneros radiofónicos se clasifican según Ulloa (2021) de la siguiente manera:

- **Informativo.** Este género se caracteriza por su contenido de actualidad destacando así informaciones acerca de las noticias diarias, resúmenes locales, provinciales, nacionales e

internacionales, en general, todo tema periodístico relevante; los formatos radiofónicos que lo componen son: el flash informativo, avances, boletines y noticieros

- **Opinión.** Tiene como finalidad el proporcionar un tipo de argumento sobre algún tema determinado, es decir se caracteriza por manifestar una posición clara del medio o de la persona que la emite, debe ser de carácter subjetivo, personal o institucional. La crónica, el comentario, el reportaje y editorial son los formatos que componen este género.
- **Dramático.** Se caracteriza por ser un género de ficción en donde el factor más relevante es el talento para la narración, así como también, la construcción de situaciones, de personajes o de conflictos a través de relatos variados. Destacan dentro de este género como formatos radiofónicos las personificaciones, sketches y el radioteatro.
- **Musical.** Este tipo de género se caracteriza por ser un programa en donde la música es el protagonista además de que, quienes lo conducen orientan los contenidos en función a estilos, géneros, biografías, noticias y demás contenido relacionado al ámbito musical. Como formatos radiofónicos para el género musical, se destaca: la biografía, la historia de una canción, jingle y entrevistas musicales.
- **Mixtos.** Su función principal es la convivencia de géneros radiofónicos informativos e interpretativos de manera conjunta, se destaca el uso de la crónica, monólogos, entrevistas informativas, reportajes y noticias dialogadas. Dentro de los formatos radiofónicos que contiene se encuentran los docudramas, radiofórmulas y magazine (Ulloa, 2021, pág. 66).

2.2.2.5. Formatos Radiofónicos

Se denomina formatos radiofónicos a las diversas maneras que se encuentran para transmitir los mensajes a través de la radio, Ulloa (2021) sugiere que “los formatos en la radio sirven principalmente para conectar ambientes sonoros con las historias que se emiten, tienen que

ver concretamente con la forma, características y posibles recursos utilizados en programas radiales” (pág. 68). Es decir, estos formatos son los encargados de estructurar el contenido de cada programa en una emisora de radio, por lo tanto, deben ser elegidos de manera adecuada para mantener un orden al momento de transferir el mensaje.

Según Ulloa (2021) estos formatos se dividen de la siguiente manera:

- **La charla.** Es un discurso o monólogo que suele ser generalmente breve. Dentro de este formato podemos distinguir tres variantes:
 1. **Expositiva.** Alguien habla por radio con el fin de explicar algo y difundir conocimientos. Es la forma más sencilla y económica de usar la radio, pero también la menos radiofónica y la menos pedagógica.
 2. **Creativa.** Rebasa a la expositiva, pues busca la manera de llamar la atención, de inquietar y agradar.
 3. **Testimonial.** Alguien cuenta su propia experiencia y en primera persona, es vivencial y por lo tanto llega a crear un vínculo emocional con el oyente.
- **Noticiero.** Es un conjunto o sucesión de noticias, expuestas de manera escueta y poco detallada.
- **Comentario.** Involucra un análisis y una opinión acerca del hecho comentado, orienta al oyente.
- **Nota o crónica.** Ofrece información amplia de un hecho, no incluye juicios personales, pero sí antecedentes y opiniones de otros para quien escucha pueda formar un juicio al respecto.
- **Diálogo.** Este incluye dos formas:

1. **Diálogo didáctico.** Un entrevistador cuestiona a un especialista en determinado tema, es como una charla expositiva, pero dinamizada por el entrevistador.
 2. **Radio – consultorio.** En lugar de contar con un entrevistador, se responden preguntas que hace el público.
- **Entrevista informativa.** Es un diálogo basado en preguntas y respuestas, el entrevistado es alguien ajeno al medio y aporta información u opiniones respecto a las preguntas que hace el entrevistador.
 - **Entrevista indagatoria.** Consiste en un interrogatorio exhaustivo con alguna personalidad directamente relacionada con el hecho de interés.
 - **Radio periódico.** Contiene al igual que un periódico escrito, diversas secciones, política, economía, deportes, etc. Brinda noticias, crónicas, comentarios, etc.
 - **Radio – revista.** Programas misceláneos cuya característica es la variedad de secciones que incluyen, además que la presencia de un conductor le da carácter y unidad al programa.
 - **Mesa redonda.** Se trata de una entrevista, pero con dos o más invitados, al entrevistador se le llama moderador y se encarga de llevar el hilo conductor del programa.
 - **Radio – reportaje.** Es uno de los formatos más relevantes de la radio. Es una monografía acorde a un tema en específico. Se considera como una presentación rigurosa de una trama. Puede ser de larga duración y se debe recurrir a una amplia gama de recursos y formatos, que cumplen la función de los dibujos y fotografías en el papel.
 - **Debate o discusión.** Aquí se buscan posiciones antagónicas y la confrontación de ideas, cuenta con un moderador que es quien presenta a los invitados, les da pie para que hablen y opinen sobre ese tema y finalmente puede sacar una conclusión o resumir las posturas de los participantes.

- **Spot.** Es el más breve de todos los formatos radiales, puede durar pocos segundos. Se utiliza para transmitir algo en forma directa, creativa y efectiva, por esto es muy usado para las campañas de prevención, anuncios, etc. (Ulloa, 2021)

2.2.2.6. Programa de radio

Programa, que procede del vocablo latino programa, es un término con variedad de usos, pero que en conjunto hace referencia a un conjunto de transmisiones por vía radiofónica con una periodicidad establecida: pudiendo ser todos los días, una vez por semana u otros. Estas emisiones se identifican mediante una titulación y por su temática. Entonces, cada programa trata sobre temas que han sido ya más o menos establecidos, implicando así un tipo de pacto con los oyentes. Pueden ser reconocidos diversos componentes dentro de un programa radiofónico. Por lo general, cada emisión se encuentra separada en bloques, los que se definen como unidades temáticas separadas entre sí por anuncios publicitarios. Estas publicidades son las cuales permiten que se obtengan ingresos, ya que las empresas pagan por este servicio que les permite difundir sus propuestas entre la audiencia del programa (Araya, 2016).

2.2.2.7. Etapas de la producción radial

Preproducción. Es la parte inicial para la ejecución de los programas de radio, es necesario realizar un estudio que permita tener claros los objetivos que se quieren alcanzar en el programa, es decir, la información que se quiere transmitir al público. Por lo general, esta fase empieza con la elaboración de un proyecto escrito en donde se puedan ordenar ideas y definir los pasos a seguir. Se suelen plantear preguntas como: *¿cuál es el objetivo del programa?, ¿cuál será mi público objetivo?, ¿qué quiero hacer; divertir, ¿informar u opinar?, ¿en qué horario se transmitirá el programa?, ¿cuántas locutoras tendrá?, ¿qué música y efectos se usarán?,* y demás interrogantes

que puedan surgir. Una vez aclaradas todas las incógnitas se elabora un cronograma de trabajo donde se designen actividades y responsables (Araya, 2016).

A continuación, se expone una síntesis de las actividades que se llevan a cabo durante la preproducción:

Tabla 2

Actividades de preproducción

<i>Actividad</i>	<i>Descripción</i>
<i>1. Determinación del tema y preparación del proyecto de producción</i>	Consiste en plasmar las ideas que tienen los encargados del programa y su posterior limitación. El proyecto de producción es el documento que define y organiza el programa de radio y responde al qué, el cómo y el porqué de la producción.
<i>2. Organización y asignación de tareas</i>	Las tareas dentro del proyecto se distribuyen de acuerdo con las habilidades de cada persona que participará en la producción y dependiendo del número de colaboradores para el programa se realizará la distribución de tareas, una persona podría realizar varias actividades que no interfieran entre sí.
<i>3. Investigación</i>	Consiste en recopilar toda la información que necesita el programa, por medio de búsquedas bibliográficas, entrevistas a expertos o a personas involucradas con el tema que se tratará. En producciones complejas, es necesario contratar profesionales para que realicen esta actividad.
<i>4. Redacción de Guiones</i>	Una vez realizada la fase investigativa, el guionista designado es el encargado de la redacción de los textos, así como la formulación de la estructura del programa. Dentro de los guiones también se indican las intervenciones musicales, las entrevistas, efectos sonoros y demás.

5. <i>Búsqueda de recursos</i>	Consiste en obtener los recursos que fueron planteados en el proyecto de producción, sean estos humanos, económicos y materiales. Destacando la búsqueda de locutores y entrevistados, incluye también obtener materiales de oficina alquilar o separar la cita de estudio de grabación.
6. <i>Verificación de últimos detalles</i>	Se resume en actividades como la confirmación de la cita de estudio, locutores y actores, también asegurarse que cada participante obtenga el guion establecido y hacer un inventario final de todos los recursos sonoros y materiales necesarios para ejecutar el programa.
7. <i>Realización de ensayos</i>	Durante este momento los participantes practican la ejecución del guion para comprobar la interpretación, detectar posibles errores, o incluso mejorar las redacciones. También se puede cronometrar el tiempo para así obtener una duración aproximada del programa y comprobar si se cumplen con los tiempos previstos.

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

Producción. Una vez, todos los detalles estén confirmados, se hayan obtenido los recursos y realizado los ensayos necesarios, se inicia la etapa de producción, la cual consiste en el registro, grabación y mezcla de todos los elementos sonoros previstos. Esta etapa incluye la dirección de locutores, actores y del técnico de grabación. Se empieza con la grabación de las pautas de entrada y salida, así como también del contenido de la programación en sí, tal como si estuviera saliendo al aire. Aquí se define además el equipo de trabajo final para la realización del programa, tras la primera grabación (Araya, 2016).

Dentro de la producción hay varios aspectos que se deben cumplir, entre ellos:

- Correcta ejecución del guion.
- Copiado del guion: revisión, corrección e impresión.
- Musicalización: efectos sonoros, voces, música y la edición sonora.
- Desarrollo de la locución o actuación.

- Grabación: durante esta, el director vigila que se realice según se indica en el guion preparado con anticipación.

Postproducción. Esta se considera como la fase final del proceso, en la cual se elabora el programa o espacio terminado. En esta etapa se evalúa la eficiencia del trabajo realizado y si es exactamente lo que se desea ofrecer al público (Apraez, 2017). *Incluye las siguientes tareas:*

Tabla 3

Actividades de postproducción

<i>Actividad</i>	<i>Descripción</i>
<i>1. Montaje y edición</i>	El montaje corresponde a seleccionar las tomas correctas de locución para mezclarlas con música, efectos de sonido o ambientes. La edición sirve para reordenar de manera lógica el material grabado, eliminar errores o repeticiones, comprimir el material que sea necesario y también de producir un efecto creativo al unir voces, música y efectos de sonido.
<i>2. Copiado</i>	Consiste en reproducir el programa en las copias que sean necesarias. Generalmente, se obtiene una grabación maestra o máster, de la cual se obtienen copias para transmitir o archivar. Se recomienda rotular siempre las copias con los datos que sean necesarios para evitar contratiempos.
<i>3. Transmisión, distribución y presentación</i>	Estas acciones se suelen realizar de manera simultánea, responden al hecho de realizar la publicación del programa. La transmisión consiste en la emisión radiofónica regular por antena o en tiempo real de un sitio de Internet. La distribución se refiere al envío de las copias a otras emisoras o en el medio que se desarrolla. Por último, la presentación ocurre cuando el programa no se emite por antena, sino que, se expone en grupos determinados de espectadores.
<i>4. Evaluación</i>	Esta última tarea se puede realizar de manera interna junto con el equipo de producción o externa mediante la validación de la audiencia. Permite que los productores conozcan los aciertos y desaciertos realizados durante el proceso de producción.

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

2.2.3. Periodismo deportivo

Uno de los primeros relatos que se conocen en la historia del deporte es acerca de las descripciones que hace Homero sobre los juegos funerarios de la *Iliada* y la *Odisea*. Posteriormente, habría que aludir al viajero y escritor Pausanias como uno de los primeros cronistas deportivos partiendo de sus detalladas descripciones de los Juegos Olímpicos. Las primeras publicaciones especializadas como periodismo deportivo se registran en el siglo XIX en Europa. En el Reino Unido se dio a conocer uno de los primeros diarios deportivos como “*Sports man*” a mediados del siglo XIX. Desde los primeros registros del deporte como competencia, distintos escritores han cubierto de una manera u otra manera dichos eventos. Desde el inicio de la competencia, los escritores han cubierto los deportes de una manera u otra (Costa, 2016).

El crecimiento geométrico de los eventos deportivos, particularmente Mundiales de Fútbol y Juegos Olímpicos, y su vinculación directa con los medios de comunicación, desde finales del s. XIX hasta principios del s. XXI, ha contribuido para que los iniciadores del periodismo deportivo transmitan esa información, primero con el sentimiento del oficio y después con el rigor de la profesión y a medida que los procesos de información vayan evolucionando. Se considera que los acontecimientos deportivos, no son distantes a las situaciones que se dan mundialmente, puesto que la información siempre es de carácter global y contempla sucesos, así como también los acontecimientos que suceden de manera simultánea en diversas partes mundo de manera diaria, o durante cada hora, minuto o segundo. (Costa, 2016).

En los Juegos Olímpicos de Atenas 1896, los reporteros fueron los encargados de contar con énfasis los acontecimientos deportivos que se desarrollaban de manera continua, esta situación produjo que los encargados de buscar, ordenar y transmitir las noticias, fueran mayormente escrupulosos en la transmisión de la información, analizando previamente el acontecimiento

deportivo acorde con el ganador y sus cualidades; el periodista era el encargado de convertir la información en objetiva y luego transmitirlas (Araya, 2016).

2.1.2.7.1. Periodismo deportivo en Ecuador. La industria periodística deportiva mundial empezó con el mundial de 1930 realizado en Uruguay, aunque en la base de datos de Ecuador sobresalen dos hechos que trazan la ruta para el comienzo de lo que será el periodismo deportivo ecuatoriano. Se debe empezar con el primer hecho que marcó este camino para el periodismo ecuatoriano en general y es la creación de “Radio Prado” en el cantón de Riobamba en el año 1929, cuando Carlos Cordobés mediante un proyecto ejecutado en el colegio riobambeño San Felipe empezó su funcionamiento y marcó así un hecho de carácter histórico a nivel nacional (Lara, 2019).

Lo que ocurre años más tarde es la primera transmisión deportiva en el Ecuador y según la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Eloy Alfaro, Manabí, en la revista “Periodismo Deportivo al descubierto”: “El 25 de diciembre de 1931 Quito tiene la primera señal de radio, HCJB la Voz de los Andes. Hugo Delgado Cepeda confirma que la primera transmisión deportiva fue VI campeonato Suramericano de natación disputado en Lima en 1938, para el que se enlazaron Ondas del Pacífico y Radio El Telégrafo, matizando la cadena Ecuador Radio HC2JSB y se obtuvo una espectacular proeza con los llamados cuatro mosqueteros Alcívar, Planas y los hermanos Gilbert, quienes alcanzaron medallas de oro en la capital peruana, con la emocionada lectura de boletines de Felipe y Francisco Huerta Rendón, acompañados por la voz comercial de Calicho González” (Astudillo, 2019).

El deporte dentro del periodismo empezó a manifestarse a la par con el desarrollo de la radio en Ecuador. Los primeros periodistas deportivos venían de países donde el fútbol ya era parte de su cultura como Argentina o Brasil. A partir de los años 50, en Quito, se empezó a consolidar

el periodismo deportivo como un aspecto de importancia dentro de la comunicación. A partir de esos momentos, incrementa el interés por el estudio del deporte, el fútbol, la narración y la redacción deportiva. Blasco Moscoso Cuesta y Alfonso Laso Bermeo dieron paso a los inicios del periodismo en la capital. Ambos periodistas estuvieron por más de veinte años en televisión. A mediados de 1960, fundaron el programa Ronda Deportiva en el canal 4, que en aquellas épocas se llamaba Ventana de los Andes. En 1970, el programa se trasladó al canal 8 hasta finales de 1993. ‘Pancho Moreno’ y Blasco Moscoso fundaron en 1953 la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha. El narrador Alfonso Laso empezó su trabajo como narrador en la Radio Gran Colombia, para luego incorporarse en Radio Quito y fundar Radio La Red (Lara, 2019).

Aunque en esos años Ecuador no constaba en participaciones en mundiales de fútbol, hay que hacer hincapié en que el “Rey de los deportes” fue ganando territorio en los medios de comunicación en nuestro país, tanto así que se recuerda al primer periodista ecuatoriano que hizo acto de presencia en un mundial de fútbol, este fue Jacinto Landázuri en el mundial de Chile del año 1962, destacando su juventud cuando pudo hacer historia; luego, empezó a transmitir diferentes torneos a nivel sudamericano como la Copa Libertadores o la Copa América (Maldonado, 2016).

Los diarios de la época como El Mercurio comentaron: "Gol de la nueva, presidente Balmaseda, con relator ecuatoriano". Posteriormente, el diario llamado La Segunda indicó que: "Ecuador, nunca en un Mundial, sí con un relator en Chile. Hermoso inicio internacional" (Lara, 2019). “Ya en los 60, Radio Quito y Radio Tarqui, sin ser emisoras especializadas netamente en deportes, eran las radios referentes en información de las principales disciplinas. Ellas se repartían a las más reconocidas voces del país; Pancho Moreno, Blasco Moscoso y Carlos Efraín Machado” (Astudillo, 2019).

El periodista deportivo Roberto Omar Machado asegura que la expectativa de la audiencia deportiva a raíz de triunfos y éxitos logrados a nivel local e internacional. Por ejemplo, un acontecimiento para determinar el crecimiento de evento deportivos fue la medalla de oro que consiguió Jefferson Pérez en las Olimpiadas de 1996. Otro factor que influyó en la cobertura de acontecimiento deportivos fue la primera clasificación a un mundial en Corea y Japón 2002. Machado indica que a pesar de que Ecuador previamente no clasificaba a los mundiales, algunos periodistas cubrían el evento obligando a que las transmisiones sean más específicas (Lara, 2019).

2.2.3.1. Transmisiones deportivas

A nivel mundial, la popularización de los deportes no hubiera sido posible sin la influencia de las transmisiones deportivas dentro de la sociedad, ya sean mediante periódicos, la radio o posteriormente el medio televisivo. Se considera que el primer evento deportivo transmitido en la radio fue la pelea entre el estadounidense Jack Dempsey y el francés Georges Carpentier, el 2 de julio de 1921 (Duarte & Agualongo, 2018). Dicho evento tuvo lugar en la ciudad de New Jersey y, a pesar de que su transmisión tuvo una duración de apenas cuatro minutos es entonces cuando se inicia la alianza existente entre el deporte y el medio radiofónico (Díaz & Riveros, 2018).

Por otra parte, es el 1 de octubre de 1922 cuando se lleva a cabo la primera transmisión en el mundo de un partido de fútbol. Este encuentro disputado entre Brasil y Uruguay para la Copa América del mismo año. Este partido es denominado históricamente como la primera transmisión futbolística y la segunda cobertura deportiva dentro del medio radiofónico. Posteriormente, es durante los Juegos Olímpicos de 1960 jugados en Roma que se ejecuta la primera transmisión deportiva interoceánica a través de la señal satélite, marcando así un antes y un después en la historia de las transmisiones deportivas, se estima que 421 millones de personas pertenecientes a

un aproximado de 21 países pudieron presenciar en sus casas los momentos más relevantes de las olimpiadas (Astudillo, 2019).

A nivel nacional, la primera transmisión radial de campo sucedió la noche del 8 de abril de 1938 y se considera como uno de los sucesos que marcó históricamente al deporte, así como también a la radiodifusión ecuatoriana; la radio Ondas del Pacífico fue la encargada de este suceso; el torneo que dio origen a esta transmisión fue un encuentro deportivo de básquet entre dos equipos integrados por seleccionados nacionales. Esa noche se realizó también un homenaje a *Los Cuatro Mosqueteros del Guayas*, un grupo de jóvenes que consiguieron el título sudamericano de natación en la Piscina Municipal de Lima. El narrador de este juego deportivo fue Luis Huerta Rendón quien posteriormente se consideró como el primer locutor deportivo del país (Vasconcellos, 2014).

2.2.3.2. Programas deportivos en Ecuador

Dentro del territorio ecuatoriano existe un fanatismo pronunciado por los deportes, la mayoría de los ciudadanos buscan estar actualizados en el mundo deportivo, con mucho más énfasis en el fútbol pero este deporte, aunque es el que más consume el pueblo ecuatoriano, pasa en segundo plano si uno de nuestros deportistas se encuentra representando al Ecuador en alguna competencia internacional, citando ejemplos históricos, la carrera de Alberto Spencer, el Roland Garros de Andrés Gómez, las competencias de Jorge Delgado, las medallas de Jefferson Pérez, las clasificaciones de la selección masculina de futbol profesional a los mundiales o más actualizada la lista, los logros de Richard Carapaz, Marlon Vera, Neisi Dajomes, Tamara Salazar y demás deportistas que dejan en alto a su país (Ochoa & Gonzalez, 2021).

Por dicho fanatismo los medios de comunicación toman mucha parte en llevar la información de todas las competencias deportivas a todo el país y mucho más los medios tradicionales, como la radio que en los últimos años han creado más de un espacio y diales donde

son totalmente dedicados para el periodismo deportivo. Actualmente, en Ecuador existen medios de comunicación que transmiten únicamente programación deportiva. En radio, están presentes Radio La Red, Match Deportes, Área Deportiva, La Redonda, Play Fm, Caravana, entre otras. En el medio digital, hay portales web que comparten información deportiva. Bendito Fútbol, Ecuagol, Studio Fútbol, El Futbolero, Revista Estadio, son de las más visitadas por los ecuatorianos, por su parte en la televisión nacional ha existido una reducción significativa en programas exclusivamente deportivos, exceptuando los segmentos deportivos de cada noticiero y COPA que era un programa deportivo que salió del aire en el 2020 la mayoría de los programas deportivos han decidido mudarse a distintas plataformas digitales (Ochoa & Gonzalez, 2021).

2.2.3.3. Géneros periodísticos deportivos

Los géneros periodísticos hacen referencia a las distintas formas en las que se puede comunicar e informar un mismo acontecimiento. Concretamente son tres: el informativo, el de opinión y el interpretativo. En el periodismo deportivo no cambia la fórmula, en base a eso estos son los géneros que el periodismo deportivo más utiliza (Angulo & Moreno, 2016).

Según Angulo & Moreno (2016) se definen los siguientes géneros:

- **La noticia deportiva.** Es el género informativo básico, versa sobre los resultados de deportistas y equipos de competiciones nacionales e internacionales, fichajes, lesiones, etc. Cualquier tema que pueda ser considerado como importante.
- **La previa.** Es uno de los géneros casi exclusivos del periodismo deportivo. También se denomina nota previa, previsión o panorama. A diferencia de la noticia, informa sobre un encuentro deportivo que va a ocurrir.
- **La entrevista deportiva.** El objetivo de este tipo de entrevista es conseguir la información para poder anunciar algo nuevo. Por lo general se les realizan a las personalidades que

debido a su alto rango son depositarios de información importante con antelación a cualquier otra persona. Sin embargo, siguiendo al autor antes mencionado esto no significa que una persona común no pueda proporcionarla.

- **Reportaje deportivo.** El reportaje informativo se considera como la modalidad del género periodístico considerada como compleja, ya que son combinados varios géneros como la entrevistas, las noticias deportivas y la crónica deportiva, esto con la finalidad de compartir a los oyentes una información compleja de un tema relevante.
- **Crónica deportiva.** La crónica es el género periodístico que relata un hecho en tiempo y acción. La crónica interpretativa le agrega al relato juicios valorativos que permiten establecer relaciones con otros hechos para encontrar su esencia en el contexto del acontecer humano. Los juicios del cronista tienen un lugar predominante permitiéndosele muchas veces un estilo particular.
- **La columna deportiva.** La columna deportiva se considera como un texto que posee nombre, además de lugar y periodicidad fija en una publicación impresa, que brevemente informa o comenta acerca de uno o varios hechos de interés público. En las columnas, además de razonar y orientar acerca de hechos de real importancia, se debe emitir alguna opinión propia -cuidadosamente realizada-, de tales acontecimientos.
- **El artículo deportivo.** Se define como un género empleado por el periodista deportivo con la finalidad de expresar sus ideas, así como también juicios o puntos de vista acerca de temas que sean de interés general, sin embargo, estos no son de manera necesaria actuales.
- **El editorial deportivo.** El editorial es considerado como un género periodístico a mediante el cual los medios de comunicación fijan su perspectiva sobre algún tipo de hecho relevante y actual, en su narrativa debe estar argumentado y tener una forma de expresión definida.

2.2.3.4. Formatos radiofónicos deportivos

A medida que la radio fue evolucionando, se fueron creando nuevos espacios y nuevas maneras de realizar radio con distintas temáticas y espacios. En la radio deportiva se puede decir que no se inició con formatos establecidos en una teoría. Más bien desde la praxis se fueron estableciendo los formatos radiales que en la mayoría de las ocasiones fueron producto de la radiodifusión estándar (Costa, 2016).

Según Costa (2016) Estos son los formatos radiofónicos más populares:

- **Noticiero.** El noticiero en la radio deportiva debe tener segmentos que permitan tener variedad en información y en estilo, además las noticias deben ser leídas con claridad, rapidez y con ambientación.
- **Comentario.** Se considera como un tipo de formato caracterizado por cumplir en la radio la misma función que se le atribuye a los artículos en un periódico, se considera un género fundamental, y consiste en la narración mediante la cual el reportero aborda un tema con la finalidad de expresar su opinión y también puede hacer que los oyentes interactúen.
- **Entrevista.** Se define como un formato del tipo informativo, pero que no es sencillo de manejar, ya que a veces se cree erróneamente que este se trata de un cuestionario cerrado. La entrevista más bien exige que se realice una investigación previa de los entrevistados, tomando en consideración todo aquello que permita elaborar una guía de preguntas que pueda ser modificada rápidamente.

2.2.3.5. Estadísticas de radios en Ecuador

El Consejo de Comunicación, a través del Registro Público de Medios – RPM, es la entidad encargada de catastrar la información referente a los medios de comunicación: radio, televisión,

prensa, audio y video y medios en internet. Durante el desarrollo del presente, se exponen datos estadísticos correspondientes a la radio durante el periodo 2020.

Radios registradas por regiones. En general se puede indicar que dentro de la región Costa destaca la provincia del Guayas, en la Sierra el mayor número se encuentra en Pichincha, mientras que, en la región Oriente Pastaza es donde se aglomera la mayor cantidad de frecuencias radiales, finalmente, en la región Insular se encuentran 4 (Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación- RPM, 2021).

1. Ubicación de medios en la Región Costa:

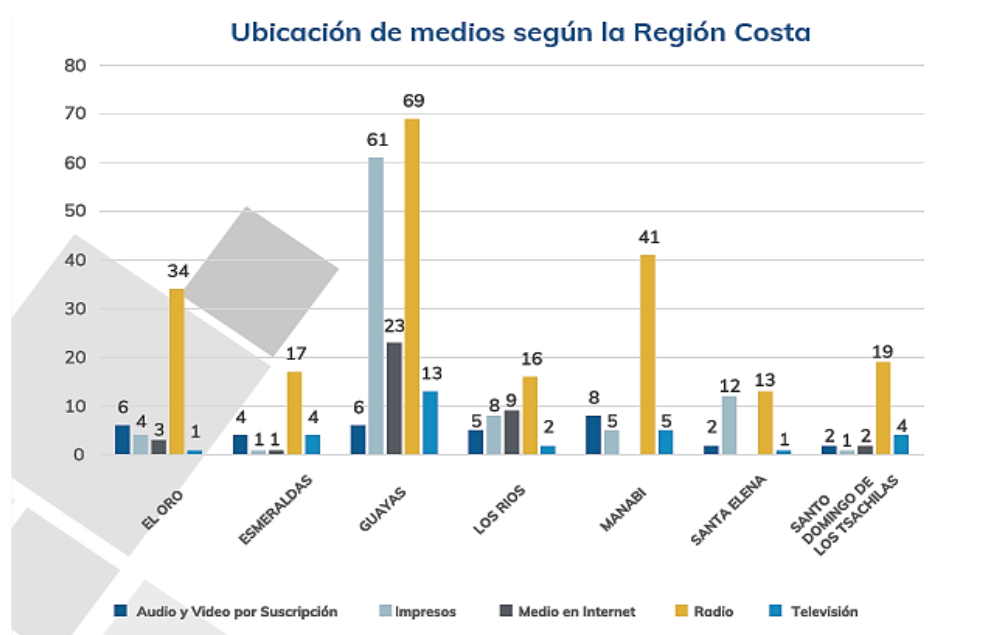


Figura 4
Ubicación de medios en la región Costa

Fuente: Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación- RPM (2021).

Como se puede observar, en la región Costa, dentro de todas las provincias, la radio se encuentra en un elevado porcentaje; resaltando a Guayas en donde se encuentra la mayor cantidad con un total de 69 medios radiales registradas, seguida de Manabí con 41 y la provincia de El Oro con 34. El menor números de radios se encuentra en Santa Elena, donde hay 13.

2. Ubicación de medios en la Región Sierra:

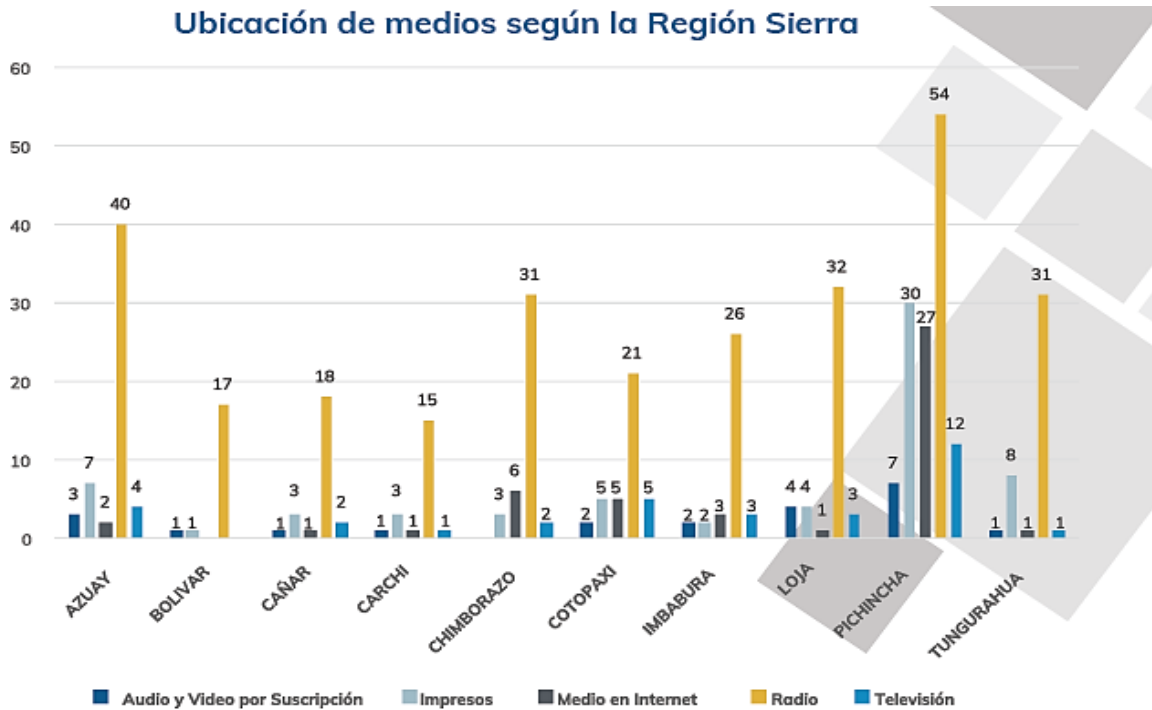


Figura 5
Ubicación de medios en la región Sierra

Fuente: Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación- RPM (2021).

Según se aprecia en la figura dentro de la región Sierra el mayor número de medios de comunicación radiales se concentran en la provincia de Pichincha con un total de 54, seguido de Azuay en donde se encuentran 40. Otra de las provincias que destacan es Loja con 32 radios. El menor número se hay registrado en la Carchi, que solo cuenta con 15 medios radiales.

3. Ubicación de medios en la Región Oriente:

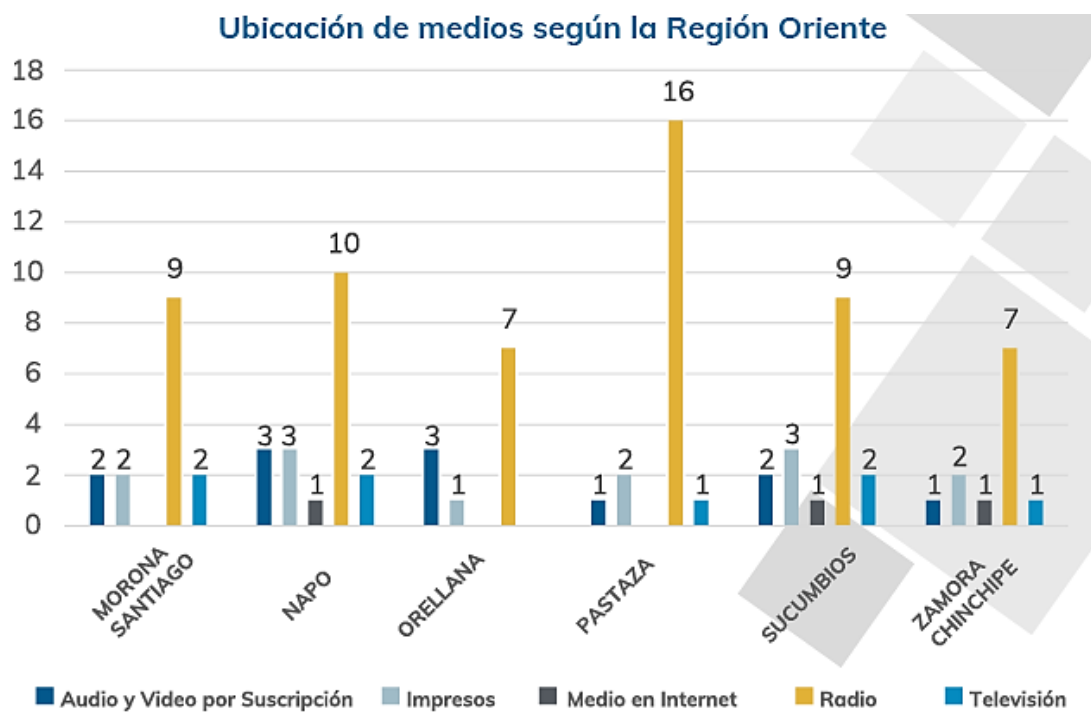


Figura 6
Ubicación de medios en la región Oriente

Fuente: Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación- RPM (2021).

Dentro de la Región Amazónica, la provincia de Pastaza alberga al mayor número de medios radiales siendo estos 16. Consecutivamente se encuentran las provincias de Napo con 10 medios, en Sucumbíos y Morona Santiago se alojan 9 radios respectivamente. Mientras que, las provincias con menor cantidad de medios radiales son Orellana y Zamora Chinchipe, en donde se encuentran 7 en cada una.

4. Ubicación de medios en la Región Insular

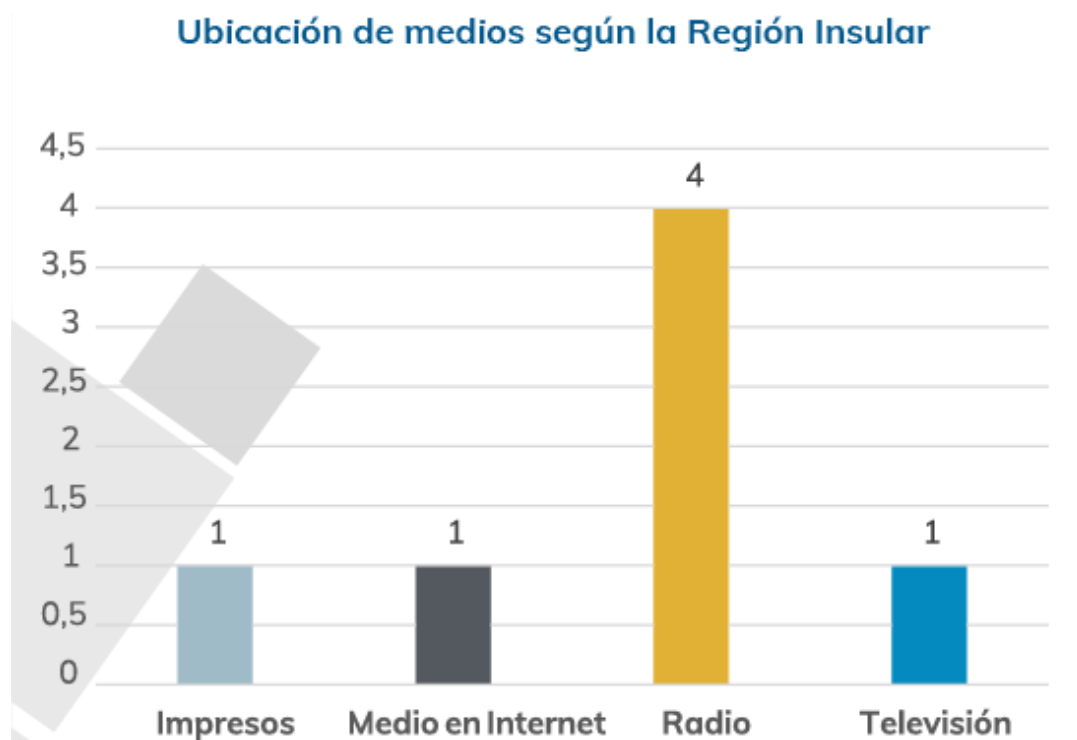


Figura 7

Ubicación de medios en la región Insular

Fuente: Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación- RPM (2021).

A pesar de que la Región Insular concentra el menor número de medios de comunicación a nivel nacional, como se puede apreciar en la figura las radios se encuentran en mayor cantidad en comparación con otros medios. En esta región existe un total de 4 medios radiales que se encuentra registrados.

2.3 Marco Conceptual

- **Audiencia.** Se entiende por audiencia a aquel grupo más o menos numeroso de personas que se caracterizan por escuchar una exposición oral o por asistir a una presentación del mismo tipo. La audiencia puede sin embargo ser muy variable y el concepto puede aplicarse tanto para gente visible en el momento como también puede tener un sentido abstracto cuando se habla de la audiencia sin tenerla delante (Real Academia Española, 2014).
- **Comunicación.** En las primeras definiciones sobre la comunicación, se dice que deriva del latín *communicare* y significa compartir algo. Gracias a la comunicación, los seres vivos pueden obtener información, este proceso, que implica una emisión de señales, sólo será exitoso si el receptor es capaz de interpretar el mensaje y responder; convirtiéndose así en el nuevo emisor (Apraez, 2017).
- **Géneros radiofónicos.** Son el reflejo de la historia y cultura de la creatividad humana de una época determinada; son tradición literaria, y por tanto son efímeros. Revelan la formación académica de sus profesionales: son formas de expresión que pueden enseñarse y aprenderse; son formas en continua evolución y dinámicas (Pinto, 2006).
- **Medios de comunicación.** Son todos aquellos sistemas que se usan para establecer la comunicación. Estos sistemas principalmente se basan en una conglomeración de canales e instrumentos comunicacionales, los cuales permiten que se realice un intercambio de la información. Existen actualmente una variedad de medios de comunicación empezando desde el teléfono hasta la radio (Araya, 2016).
- **Parrilla de programación.** Es la síntesis de la oferta programática de una emisora. Generalmente, las parrillas son como una especie de plano que contiene el título de los

programas y el espacio temporal que ocupan, así como el día en el que se emiten (Vasconcellos, 2014).

- **Periodismo deportivo.** Se ocupa de informar acerca de los torneos y competencias que se llevan a cabo en cada disciplina, tanto en el plano local como en el internacional, tal es el caso de los campeonatos nacionales, provinciales y municipales o de los mundiales, respectivamente (Angulo & Moreno, 2016).
- **Producción. Se define como** los procesos de creación y elaboración de la comunicación periodística a través de medios escritos, audiovisuales y electrónicos. La producción incluye el trabajo del periodista, pero también la organización y gestión de la empresa informativa (Alzola, 2015).
- **Programa radial.** Procede del vocablo latino *programma*, es un término con diversos usos. Cuando nos referimos a un programa de radio, estamos haciendo referencia a una serie de emisiones que se transmiten por vía radiofónica con una cierta periodicidad (todos los días, una vez por semana, etc.). (Araya, 2016).
- **Radiodifusión.** Es el servicio de radiocomunicación que permite la difusión de programación de audio a distancia, cuyas emisiones son recibidas directamente por el público en general (Astudillo, 2019).
- **Rating de mercados.** Es una medida aleatoria que se enfoca en el monitoreo de la audiencia que forma parte del target de la emisora de radio, lo que permite tener información sobre los gustos que tienen los usuarios (Costa, 2016).

2.4 Marco Legal

Para el análisis de los programas radiales MundiDeportes y Aló Fútbol respecto al uso correcto de los formatos radiofónicos, se hace alusión a la legislación ecuatoriana. En primer lugar, la Constitución del Ecuador de 2008 y la modificación de 2019 de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC). Los estatutos permiten esclarecer la forma correcta de plantear este estudio basado en las normativas que se describirán a continuación.

2.4.1 Constitución de la República del Ecuador

Según indica la (Asamblea Nacional, 2008) mediante la Constitución de la República del Ecuador se toma en consideración el Capítulo segundo, Derechos del buen vivir, Tercera sección, Comunicación e Información:

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 símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

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

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

2.4.2. Ley Orgánica de Comunicación

Según se indica la (Asamblea Nacional, 2019) en la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) 2019 se toman en consideración los siguientes artículos:

- Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.
- Art. 3.- Contenido comunicacional. - Para los efectos de esta ley se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través

de los medios de comunicación social. Esta ley no regula la información u opinión que circula a través de las redes sociales.

- Art. 5.- Medios de comunicación social. - Para efectos de esta ley se consideran medios de comunicación social a las empresas y organizaciones públicas, privadas o comunitarias que prestan el servicio público de comunicación masiva usando como herramienta cualquier plataforma tecnológica.
- Art. 6.- Alcance territorial de los medios de comunicación social. Los medios audiovisuales adquieren carácter nacional cuando su cobertura llega al 30% o más de la población nacional. Adquieren la misma condición los medios impresos nacionales que emitan un número de ejemplares igual o superior al 0,25% de la población nacional en cualquiera de sus ediciones en el año inmediato anterior o circule en ocho o más provincias.
- Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general. - Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general. La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.
- Art. 17.- Derecho a la libertad de expresión y opinión. - Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo con la ley.
- Art. 29.- Libertad de información. - Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo.

- Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en: a. Informativos -I; b. De opinión -O; c. Formativos/educativos/culturales -F; d. Entretenimiento -E; e. Deportivos -D; y, f. Publicitarios -P. Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos determinados por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación. Los medios de comunicación de radiodifusión sonora y televisión, públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir sobre el contenido de su preferencia. Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios, los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología

Se entiende como metodología al estudio de método o métodos que incluye el análisis de las cualidades y flaquezas. Son los distintos modelos o procedimientos que se aplican a una determinada investigación. Cada indagación, dependiendo las características que tenga; es decir, si es un prototipo; análisis; diseño; entre otros, tendrá un tipo de método, técnicas e instrumentos diferentes. La correcta aplicación de la metodología es esencial para asegurar el proceso investigativo. El diseño metodológico aplicado en este proyecto de investigación es mixto, dado que se utilizan instrumentos para obtener datos cuantitativos y cualitativos. A través del estudio de caso y entrevistas se analizan los formatos aplicados en el desarrollo de los programas Aló Fútbol y MundiDeportes.

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Estudio de caso

El diseño de un estudio de caso es una herramienta básica para el estudio de los procesos sociales y, por tanto, es una herramienta muy apropiada para el análisis de las relaciones que existen. Según Daniel Díaz (1978), es un “examen completo o intenso de una faceta, una cuestión o quizás los acontecimientos que tienen lugar en un marco geográfico a lo largo del tiempo”. Al enfocarse en analizar de una manera más profunda una situación, se aplica como uno de los métodos para esta investigación, utilizando técnicas como la entrevista a quienes conforman los programas Aló Fútbol y MundiDeportes.

3.2.2. Investigación exploratoria

Su poca profundidad en el tema ayuda a obtener una visión general e incrementar la familiaridad del caso a estudiar. Esta es la base de la investigación y el punto de partida para entender la magnitud de una problemática. Este tipo de método se realiza en investigaciones ligeramente exploradas, dado que previo a la investigación es necesario aumentar el grado de familiaridad y obtener más información. En este caso, previo al desarrollo del estudio, se realizó una breve encuesta a un determinado grupo para determinar la problemática existente.

3.2.3. Investigación descriptiva

Esta metodología se focaliza en el qué de la investigación; es decir, su función es entender la naturaleza detrás de una manifestación y no su fundamento, responde a las preguntas ¿qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde? Algunas de las técnicas que se aplican son la observación y encuesta.

El objetivo de aplicar este tipo de investigación es describir y determinar cuáles son los formatos que aplican los programas Aló Fútbol y MundiDeportes, con el fin de hacer una correlación entre su empleo y el éxito de un programa.

3.2.4. Investigación explicativa

La investigación explicativa es la más estructurada, ya que brinda una amplia comprensión del fenómeno a estudiar además de proporcionar datos relevantes que sirve como referencia para futuros trabajos. Su objetivo es encontrar el porqué de los hechos de una investigación, observando las causas y efectos su interés es explicar las razones y condiciones del fenómeno. El uso de este tipo de método dentro de la investigación ayudará a comprender las razones por las que los programas radiales manejan o no un formato al momento de producir un programa radial.

3.3. Enfoque

El enfoque del estudio es de tipo mixto, debido a que acorde a los criterios de la investigación se obtendrá datos cualitativos y cuantitativos, los mismos se obtendrán como resultado de una recolección de información a través de entrevistas a los locutores y Radio CRE Satelital para los programas deportivos Aló Fútbol y MundiDeportes y también por la realización de encuestas hacia veinte personas para saber si la fidelidad hacía un programa radial continúa aun sabiendo que los programas que consume no tienen una estructura sólida y no sigue de manera ordenada los formatos radiofónicos.

El análisis del contenido de los programas permite identificar qué formatos se aplican en la producción de los programas radiales, para luego evaluar si hay una correcta aplicación. Se realiza un análisis de las transmisiones subidos a la plataforma YouTube, de manera verídica y neutral con la finalidad de que la investigación obtenga datos aproximados a la realidad.

Esta investigación se basa en el marco teórico que sustenta todo el proyecto, y permite obtener conclusiones que aporten de manera significativa a la realización y estructura de los programas radiales deportivos.

3.4. Técnica e instrumentos

Como instrumento de recolección se usará entrevistas, las cuales permiten interactuar de forma directa con los locutores de los programas Aló Fútbol y MundiDeportes. Las entrevistas serán semiestructuradas; es decir, tendrán preguntas cerradas y abiertas; las segundas, permitirán que el participante sienta libertad de compartir sus ideas y el entrevistador podrá hacer repreguntas que surjan en el momento en base al tema tratado. Para su ejecución se desarrollará un cuestionario de 5 preguntas abiertas, las cuales se aplicarán a los periodistas deportivos Lcda. Xiomara de la Torre y Lcdo. Bryan Naula, panelista de los programas en estudio.

3.4.1. Formato de cuestionario de entrevista

1. ¿Cuál es la estructura que utiliza su programa para su desarrollo?
2. ¿Cuáles son las etapas de producción que aplican en su programa y qué actividades desarrollan en cada una de ellas?
3. Según su opinión ¿A qué género periodístico corresponde su programa?
4. ¿Qué formatos radiofónicos son los más usados en su programa?
5. Elaboran un guion o libreto para su programa y cómo está compuesto.

3.4.2. Ficha de análisis

Se entiende como ficha de análisis a un recurso informativo que permite reunir y organizar de manera concienzuda datos relevantes sobre un objeto de estudio. En la ficha se pueden anotar datos como: fechas, cantidades, tiempo, comentarios, etc.

Para la elaboración de la ficha de análisis se considerarán los siguientes parámetros, de acuerdo con los autores citados en el marco teórico.

- Estructura; de acuerdo con lo planteado por Araya (2016) y Apraez (2017).
- Géneros y Formatos radiofónicos; según la segmentación de Ulloa (2021).

Además, se agregaron los parámetros de frecuencia, duración y observación, los cuales son de autoría propia. En la siguiente tabla se presenta el modelo de ficha de análisis aplicado durante la investigación.

Tabla 4*Modelo de ficha de análisis*

Nombre de Programa	Estructura	Géneros Radiofónicos	Formatos Radiofónicos	Frecuencia	Duración	Observación
	Preproducción	Informativo	La charla			
	Producción	Opinión	Noticiero			
	Postproducción	Dramático	Comentario			
		Musical	Nota o crónica			
		Mixtos	Diálogo			
			Entrevista			
			Radio periódico			
			Radio revista			
			Mesa Redonda			
			Radio Reportaje			
			Debate o discusión			
			Spot			

Nota: Formato adaptado en base a (Araya, 2016), (Apraez, 2017), (Ulloa, 2021) y (Kaplún, 1999).

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

3.4.3. Población y Muestra

Para el levantamiento de la información de la investigación se consideran los once programas de Aló Fútbol y los doce programas de MundiDeportes, que se desarrollaron durante los Juegos Olímpicos Tokio 2020, transmitidos entre julio y agosto de 2021. Además, se entrevistará a los panelistas de los dos programas en estudio.

Tabla 5

Lista de entrevistados

Nombre	Medio	Función
Bryan Naula	MundiDeportes	Panelista - Reportero
Xiomara de la Torre	Aló Fútbol	Panelista - Reportera

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

3.5. Análisis de resultados

3.5.1. Análisis de entrevistas

1. *¿Cuál es la estructura que utiliza su programa para su desarrollo?*

Lcdo. Bryan Naula: El saludo es lo primordial antes de cualquier noticia que se dé, la cordialidad con la que empezamos hace que el oyente se vaya enganchando de a poco, obviamente luego vienen los segmentos donde contienen toda la información que se ha suscitado durante el día. Hay que estar atentos porque siempre existe la posibilidad de agregar más noticias ya que suelen existir imprevistos que hay que saber cubrir.

Lcda. Xiomara De La Torre: De lunes a viernes tratamos de que existan entrevistas para que nuestro programa no caiga en fase muy lineal, para nosotros es primordial que existan entrevistas, básicamente nuestra estructura es: entrevista, noticias y tener interacción con los oyentes por medio de llamadas telefónicas.

2. *¿Cuáles son las etapas de producción que aplican en su programa y qué actividades desarrollan en cada una de ellas?*

Lcda. Xiomara De La Torre: En “Aló fútbol” nos tomamos unos 10 o 15 minutos antes de que el programa salga al aire para poder tener claro todos los temas que vamos a tratar, se podría decir que esa es nuestra preproducción, el resto se encarga nuestro productor que esté en orden, además vale recordar que nuestro programa además de salir por radio sale por televisión.

Lcdo. Bryan Naula: Por lo general en nuestro programa es algo complicado tener o desarrollar algo en las etapas de producción porque el tiempo es muy corto y los programas se transmiten seguidos, entonces imagínate que se acaba el programa antes del nuestro y ya está la musicalización de nuestro programa, el tiempo está muy medido, por supuesto que tenemos nuestro grupo de WhatsApp y tenemos la fortuna de que exista una buena comunicación y así poder llevar a cabo nuestro programa con éxito.

3. *Según su opinión ¿A qué género periodístico corresponde su programa?*

Lcdo. Bryan Naula: Yo diría que pertenece al género informativo, incluso me atrevo a decir que es más informativo que de opinión, porque nosotros tratamos de generar noticias, no solo replicarlas y sentarnos a hablar de lo que ya pasó o podría pasar.

Lcda. Xiomara De La Torre: Considero que el género informativo y de opinión son los primordiales, incluso mucho más el de opinión porque nos gusta tener un programa no tan convencional donde las personas puedan llamar y brindar su opinión sobre el tema del momento.

4. *¿Qué formatos radiofónicos son los más usados en su programa?*

Lcda. Xiomara De La Torre: Los viernes tienen la particularidad de ser un programa más relajado, creo que tendría el formato solo de diálogos porque es donde nos sentimos más tranquilos

y tratamos de que la gente se sienta así, hay música, hay opiniones deportivas, pero siempre con buen humor.

Lcdo. Bryan Naula: Tratamos de priorizar la multimedia, pero también tenemos el formato de diálogo tradicional, todo con respeto y con un debido lineamiento para que el público entienda que nosotros hablamos de deportes y que llegue la mejor información a la gente.

5. Elaboran un guion o libreto para su programa y cómo está compuesto.

Lcdo. Bryan Naula: Mira, nosotros no tenemos un guion como tal, nosotros tocamos los temas importantes del día hasta el final del programa, hay que tener en cuenta que por tiempo tratamos de que cada bloque sea de 15 minutos y una vez que se acerque el final nuestro productor ya nos indica que vayamos cerrando.

Lcda. Xiomara De La Torre: Nosotros elaboramos un guion muy básico porque tratamos de conversar por interno lo que vamos a hablar en cada programa, siempre buscamos un programa no lineal por eso la falta de guion o libreto estructurado.

Análisis general

Luego de las entrevistas brindadas por los periodistas Bryan Naula y Xiomara De La Torre, se concluye que no usan un guion o libreto elaborado que contenga la estructura de un programa radial, los formatos siempre serán importantes, pero depende del programa y del público a quien va dirigido para buscar el formato que mayor encaje, en estos tipos de programas radiales deportivos la opinión y la información siempre van a predominar. Como dato final también indican que hay que tratar de buscar una manera fresca de llevar el programa, hay que hacer que el oyente se identifique con el programa y que también participe porque actualmente existen los medios tecnológicos necesarios para que un programa de índole deportiva sobresalga y pueda llegar a muchas personas alrededor del país.

3.5.2. Análisis de fichas

3.5.2.1. Programa MundiDeportes

1. ¿Cuál es la estructura que se desarrolla en el programa MundiDeportes?

Tabla 6

Estructura del programa radial MundiDeportes

Estructura	
Preproducción	Producción

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

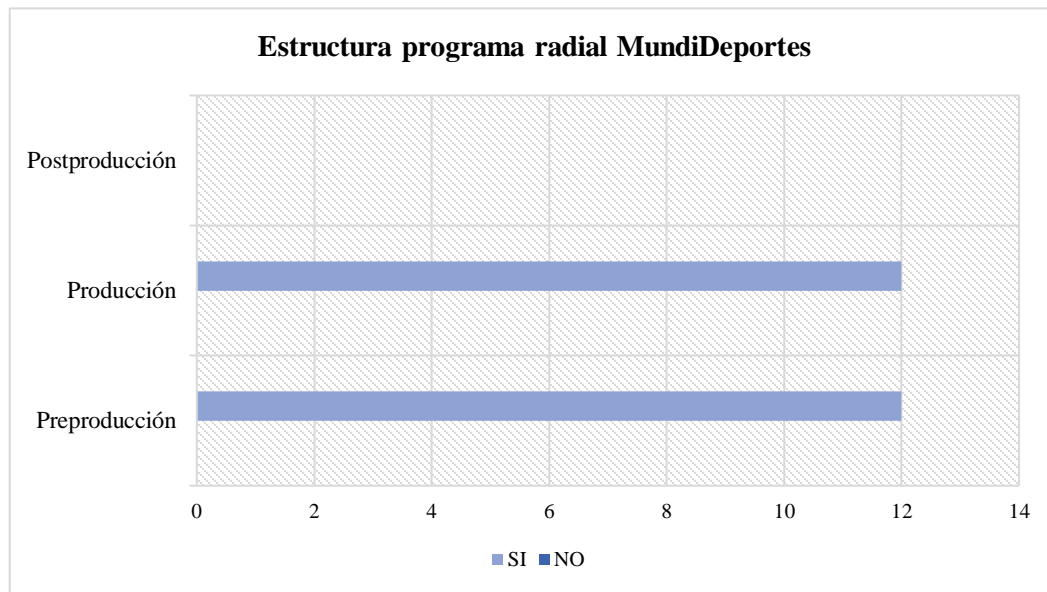


Figura 8

Estructura del programa radial MundiDeportes

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

Análisis

Luego de visualizar un total de doce programas radiales, los mismos pertenecen al periodo 23 de julio hasta 08 de agosto de 2021, transmitidos por MundiDeportes de la cadena CRE Satelital, se concluye que la estructura utilizada dentro de su programación son la preproducción y producción con un total de 12 aplicaciones. En el programa, los panelistas tienen una buena división del tiempo, y abarcan diferentes noticias y entrevistas, utilizando un guión básico.

2. ¿Cuáles son los géneros radiofónicos utilizados por el programa MundiDeportes?

Tabla 7

Géneros radiofónicos utilizados en el programa MundiDeportes

Géneros Radiofónicos	Total
Género Informativo	12
Género Opinión	12
Género Mixto	0
Género Dramático	0
Género Musical	0

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

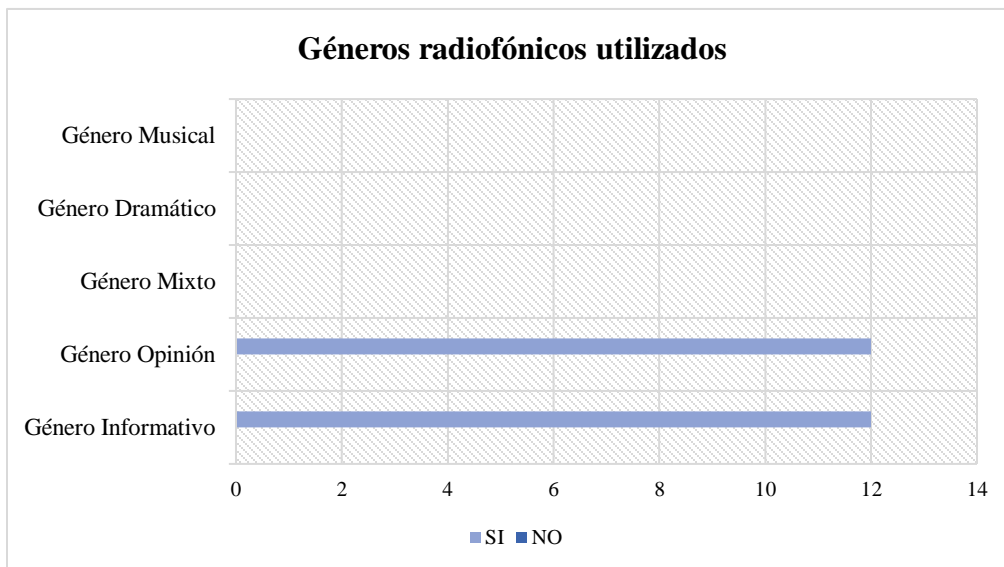


Figura 9

Géneros radiofónicos utilizados en el programa MundiDeportes

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

Análisis

Una vez analizado los 12 programas seleccionados de MundiDeportes, se confirma el uso de los siguientes géneros radiofónicos: género informativo y género de opinión, ambos con un total de 12 veces. Durante los programas emitidos en el transcurso de los juegos olímpicos Tokio 2021, se utilizaron segmentos de noticias, entrevistas y comentarios de los panelistas respecto de los sucesos deportivos.

3. ¿Cuáles son los formatos radiofónicos empleados por el programa MundiDeportes?

Tabla 8

Formatos radiofónicos utilizados en MundiDeportes

Formatos radiofónicos	Total
Charla	12
Noticiero	12
Comentario	11
Nota o crónica	0
Diálogo	0
Entrevista	3
Radio periódico	0
Radio revista	0
Mesa redonda	0
Radio reportaje	0
Spot	12

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

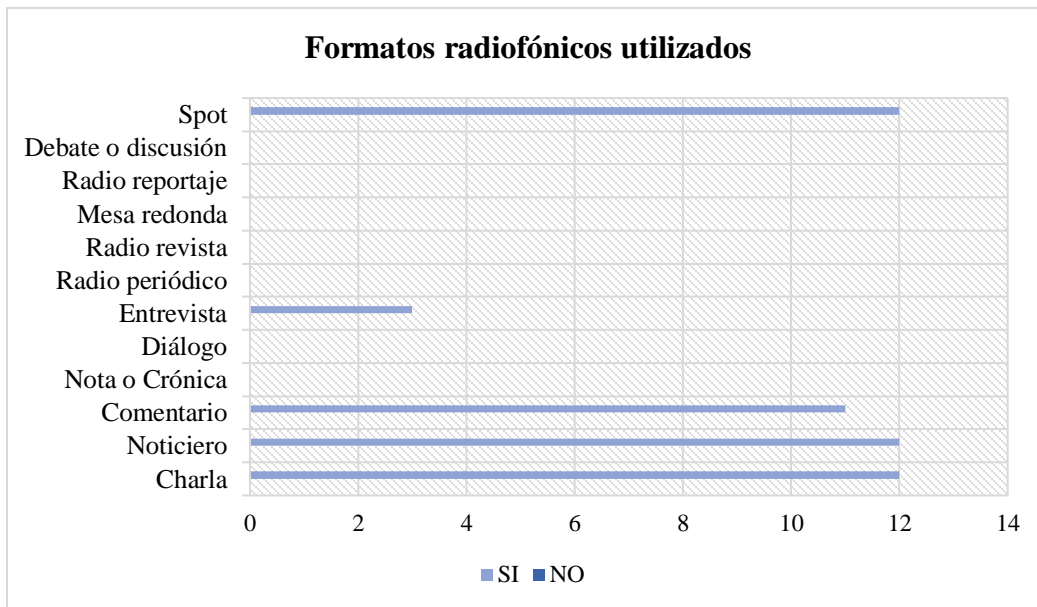


Figura 10

Formatos radiofónicos utilizados en MundiDeportes

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

Análisis

Posterior a la visualización y análisis de los 12 videos seleccionados para el estudio, se llega a la conclusión que el programa MundiDeportes aplica los siguientes formatos radiofónicos: noticiero, comentario, charla, entrevista y spot.

4. *¿Con qué frecuencia se emplean los formatos radiofónicos en el programa MundiDeportes?*

Tabla 9
Frecuencia de uso de formatos radiofónicos en MundiDeportes

Formatos radiofónicos	Frecuencia
Charla	36
Noticiero	50
Comentario	47
Nota o crónica	0
Diálogo	0
Entrevista	6
Radio periódico	0
Radio revista	0
Mesa redonda	0
Radio reportaje	0
Debate o discusión	0
Spot	60

Fuente: Radio CRE Satelital
Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

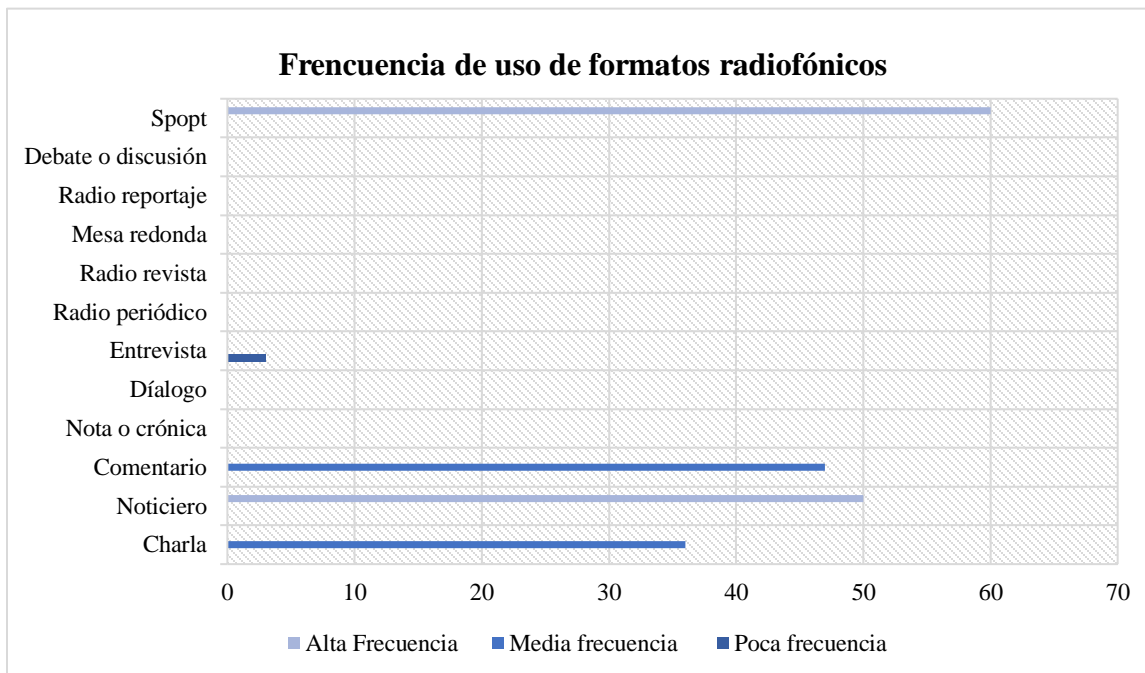


Figura 11
Frecuencia de uso de formatos radiofónicos en MundiDeportes

Fuente: Radio CRE Satelital
Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

Análisis

De los doce programas analizados, correspondiente al programa MundiDeportes transmitido por la señal de CRE Satelital, se infiere que la frecuencia de uso de los formatos radiofónicos aplicados es: spot con empleo de 60 veces, noticiero con un total de 50 veces, comentario con una aplicación de 47 veces, le sigue la charla con un total de 36 veces y la entrevista con un uso de solo 6 veces.

5. ¿Qué tiempo asignan a los diferentes formatos radiofónicos?

Tabla 10

Tiempo utilizado por el programa MundiDeportes

Formatos radiofónicos	Tiempo / min
Charla	450 min
Noticiero	223 min
Comentario	100 min
Nota o crónica	0
Diálogo	0
Entrevista	195 min
Radio periódico	0
Radio revista	0
Mesa redonda	0
Radio reportaje	0
Debate o discusión	0
Spot	240 min

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

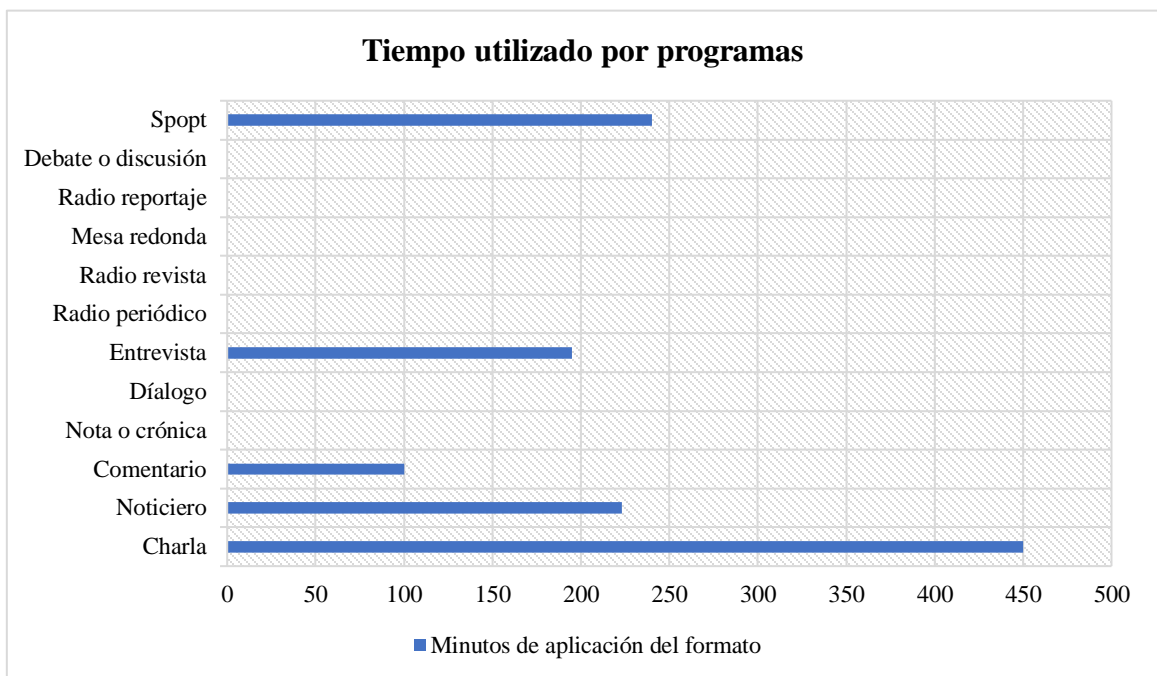


Figura 12

Tiempo utilizado por el programa MundiDeportes

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

Análisis

Acorde a los datos obtenidos luego del análisis de los programas seleccionados de MundiDeportes, se confirma el tiempo en minutos ocupados en cada formato radiofónico. El formato más utilizado, según los minutos de aplicación es la charla con 450 minutos, seguido de spots con 240 minutos, noticiero con 223 minutos, la entrevista con 195 minutos y finalmente el comentario con 100 minutos en total de su programación durante los programas transmitidos desde el 23 de julio de 2021 hasta el 8 de agosto de 2021

Análisis general del programa MundiDeportes

Para el análisis del contenido de la programación de MundiDeportes, el mismo es transmitido por la señal de CRE Satelital, se escogió 12 programas durante la transmisión de los juegos olímpicos Tokio 2020 (23 de julio de 2021 – 8 de agosto de 2021). La emisión de este programa es de lunes a viernes con una duración de 1 hora con 50 minutos.

El programa es de carácter informativo, deportivo y apto para todo público. Su función principal de informar lo plantean de una forma sencilla con breves noticias y estadísticas que hacen alusión a temas de la cultura deportiva ecuatoriana; sin embargo, el deporte que prima dentro de sus programas es el fútbol, deporte favorito para los ecuatorianos.

Durante las casi dos horas de transmisión de sus programas, se puede visualizar que también se da lugar a temas alejados al deporte ecuatoriano, en ocasiones se plantean bromas entre los locutores, comentarios sobre experiencias personales, preferencias deportivas, etc.

Su estructura se basa en la preproducción y producción de este. En base a lo analizado se puede evidenciar que para el desarrollo del programa se maneja un guion base, al que se apegan el mayor tiempo del programa, también existe una delimitación del tema y una correcta organización al presentar noticias. Cuando se ejecutan entrevistas, existe una organización entre los locutores para el planteamiento de preguntas, de esta forma se aplica formato sistematizado.

De los 12 programas visualizados y analizados, se concluye que sus géneros son informativos y de opinión. Para los formatos tenemos variedad de y se ordenan según el tiempo en minutos de aplicación; siendo el más empleado, la charla con 450 minutos, el spot con 240 minutos, noticiero con 223 minutos, la entrevista con 195 minutos y al final el comentario con 100 minutos en total.

Si bien es un programa deportivo, su programación en mayoría gira en torno al fútbol. La fecha escogida para el análisis de los programas fue justo a la par de la transmisión de los juegos olímpicos Tokio 2020, de esta forma se podía aprovechar la riqueza de información deportiva que se esperaba comuniquen los medios de comunicación; sin embargo, no se aplicó en el programa MundiDeportes.

La pasada cita olímpica fue la mejor participación de Ecuador en su historia, consiguiendo dos medallas de oro y una de plata, además de varios diplomas olímpicos, y no darle el espacio que se merecía en el medio de comunicación, se puede considerar como una mala estrategia, era un tema del momento y según lo analizado en los 12 programas escogidos, solo se tomaban máximo 10 minutos para dar un resumen de la cita olímpica.

3.5.2.2. Programa Aló Fútbol

1. ¿Cuál es la estructura que se desarrolla en el programa Aló Fútbol?

Tabla 11

Estructura aplicada en la programación Aló Fútbol

Estructura de programa radial Aló Fútbol	
Producción	Postproducción

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

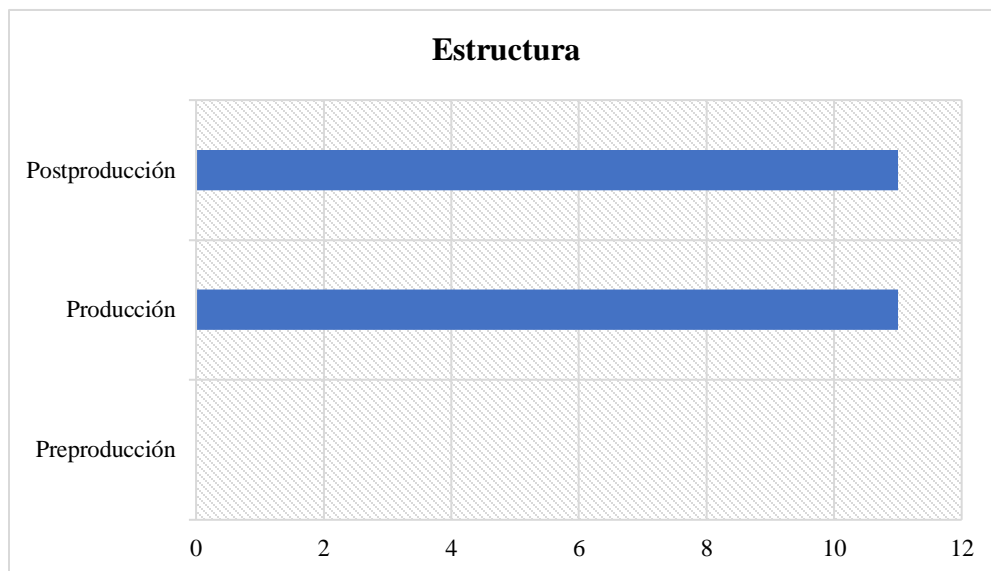


Figura 13

Estructura aplicada en la programación Aló Fútbol

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

Análisis

En los once programas analizados de Aló Fútbol, transmitidos por la señal de Radio La Redonda, se llegó a la conclusión que la estructura utilizada es producción y postproducción. Al no tener un guion establecido y no contar con límite de tiempo en las intervenciones de cada locutor, podemos decir que no cuenta con una preproducción.

2. ¿Cuáles son los géneros radiofónicos utilizados por el programa Aló Fútbol?

Tabla 12

Géneros aplicados en la programación de Aló Fútbol

<i>Géneros radiofónicos aplicados en el programa Aló Fútbol</i>	
Género Informativo	11
Género Dramático	0
Género Mixto	0
Género Musical	0
Género de Opinión	11

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

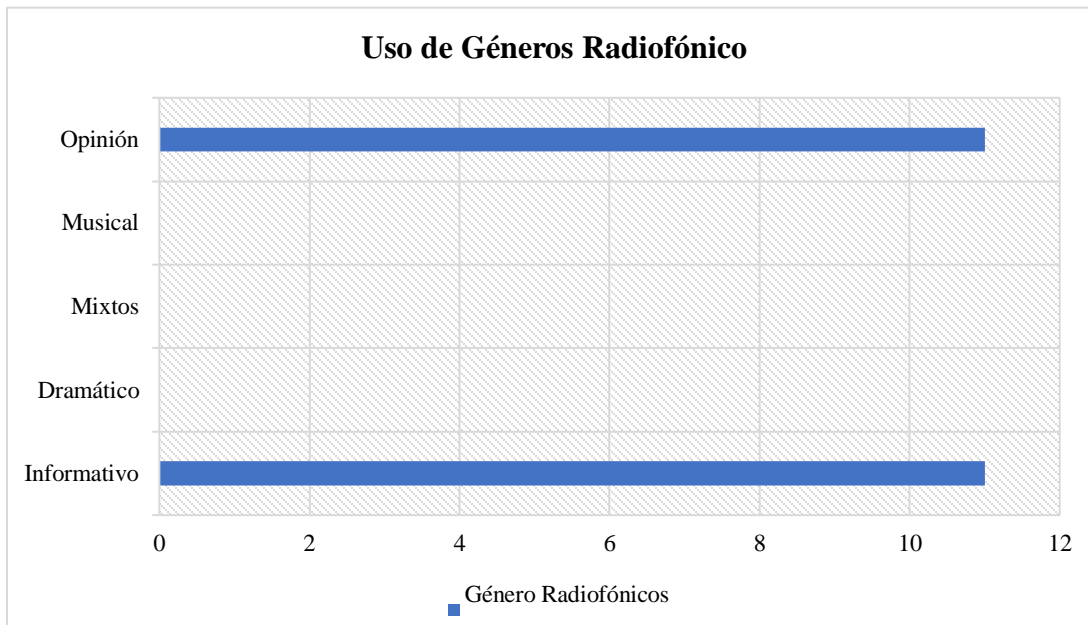


Figura 14

Géneros aplicados en la programación de Aló Fútbol

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

Análisis

Acorde a lo observado en los once programas de Aló Fútbol transmitidos vía YouTube durante el 23 de julio al 08 de agosto, periodo en el que se llevó a cabo los juegos olímpicos Tokio 2020, se puede confirmar que para la producción de este se aplican dos géneros radiofónicos, informativo y de opinión.

3. ¿Cuáles son los formatos radiofónicos empleados por el programa Aló Fútbol?

Tabla 13

Formatos radiofónicos aplicados en la programación de Aló Fútbol

Formatos radiofónicos aplicados en el programa Aló Fútbol	
La Charla	5
Noticiero	11
Comentario	11
Nota o Crónica	0
Diálogo	0
Entrevista	1
Radio Periódico	0
Radio Revista	0
Mesa Redonda	0
Radio Reportaje	0
Debate o Discusión	0
Spot	11

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

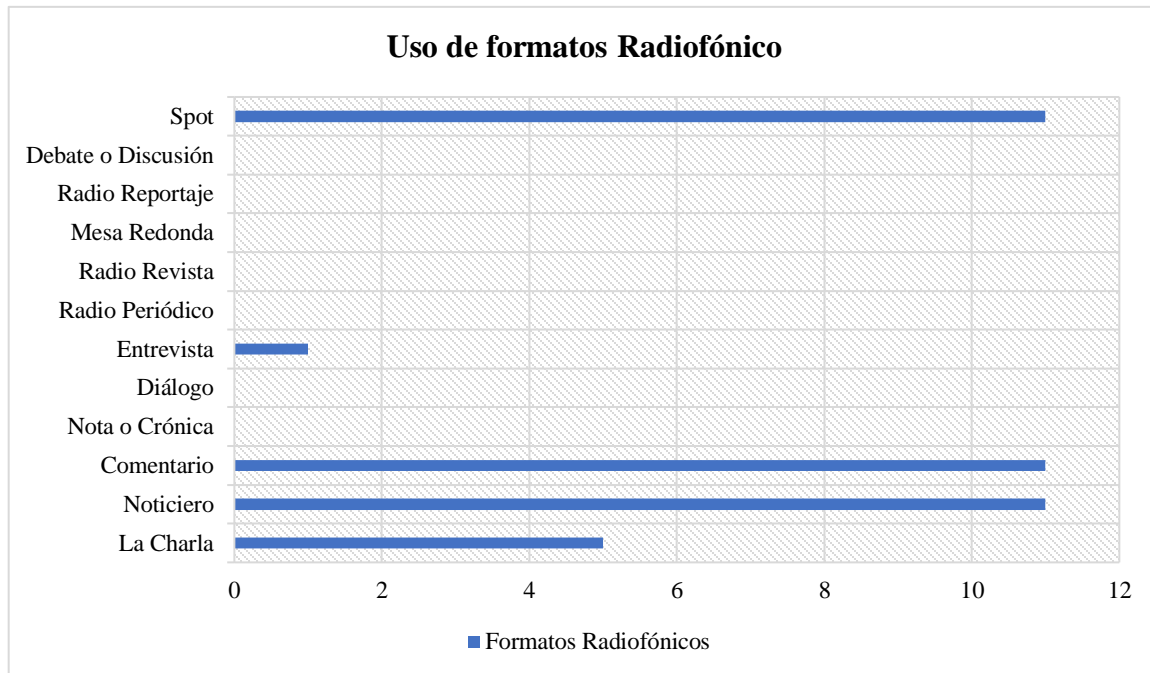


Figura 15

Formatos radiofónicos aplicados en la programación de Aló Fútbol

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

Análisis

Acorde con la información revisada en los once programas visualizados, los mismos se tomaron dentro del periodo 23 de julio de 2021 hasta el 08 de agosto del 2021, se evidencia que los formatos utilizados son: comentario, noticiero y spot con un total de 11 veces, la charla con un total de 5 veces y entrevista solo 1 vez.

4. ¿Con qué frecuencia se emplean los formatos radiofónicos en el programa Aló Fútbol?

Tabla 14

Frecuencia de formatos radiofónicos aplicados en la programación Aló Fútbol

Formatos radiofónicos aplicados en el programa Aló Fútbol	Frecuencia
La Charla	11
Noticiero	30
Comentario	50
Nota o Crónica	0
Díálogo	0
Entrevista	1
Radio Periódico	0
Radio Revista	0
Mesa Redonda	0
Radio Reportaje	0
Debate o Discusión	0
Spot	42

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

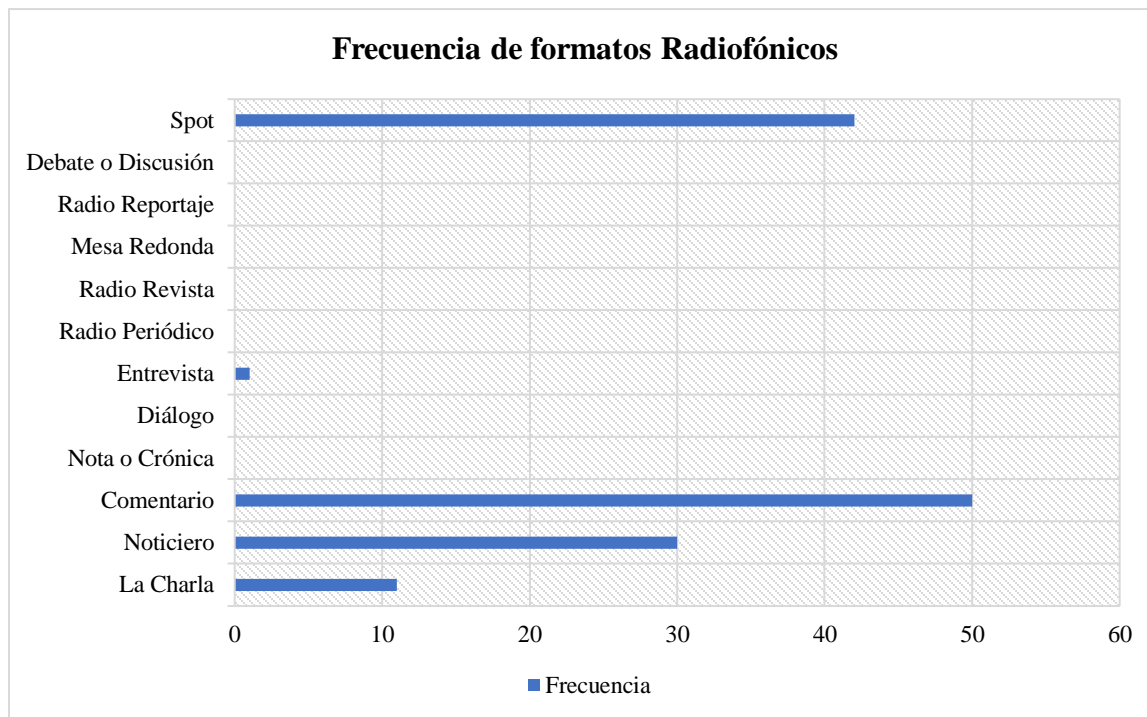


Figura 16

Frecuencia de formatos radiofónicos aplicados en la programación Aló Fútbol

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

Análisis

De acuerdo con la información recabada se concluye que, de los 11 programas visualizados y analizados, el formato radiofónico con mayor aplicación es el comentario, con un total de 50 veces, seguido por el spot con 42 veces, noticiero 30 veces, la charla 11 veces y la entrevista 1 vez.

5. ¿Qué tiempo asignan a los diferentes formatos radiofónicos?

Tabla 15

Tiempo de uso de formatos radiofónicos aplicados en la programación de Aló Fútbol

Formatos radiofónicos aplicados en el programa Aló Fútbol	Duración en minutos
La Charla	157 min
Noticiero	41.6 min
Comentario	683 min
Nota o Crónica	0
Diálogo	0
Entrevista	4 min
Radio Periódico	0
Radio Revista	0
Mesa Redonda	0
Radio Reportaje	0
Debate o Discusión	0
Spot	69.3 min

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

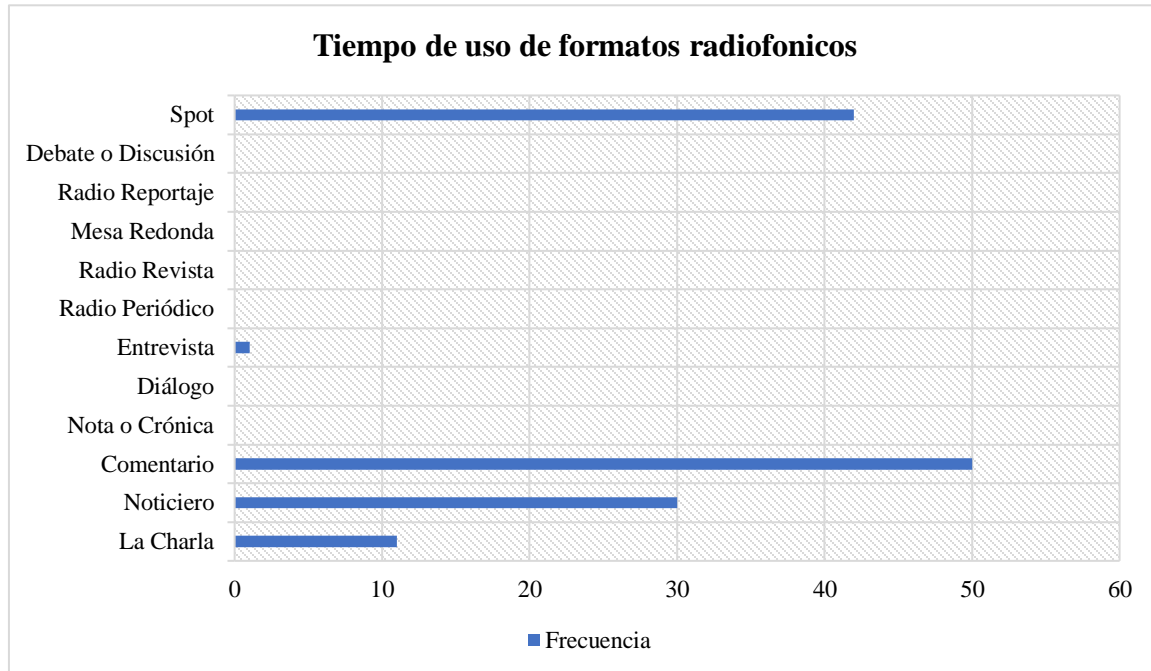


Figura 17

Tiempo de uso de formatos radiofónicos aplicados en la programación de Aló Fútbol

Fuente: Radio CRE Satelital

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

Análisis

Luego de visualizar los once programas del segmento Aló Fútbol de Radio La Redonda, se confirma el tiempo asignado al uso de cada formato, el cual se divide de la siguiente forma: 683 minutos para el comentario, 157 minutos para la charla, 69.3 minutos para spots, 41.6 minutos para el formato noticioso y 4 minutos para entrevistas.

Análisis general del programa Aló Fútbol

Luego de observar la programación de Aló Fútbol de sus 11 programas transmitidos durante los juegos olímpicos Tokio 2020, realizados desde el 23 de julio de 2021 hasta el 8 de agosto de 2021, en su emisión de lunes a viernes por radio La Redonda con una duración aproximada de 120 minutos, se logró confirmar que su estructura establecida para la transmisión de los programas es producción y postproducción.

No manejan un guion previo y se nota en las opiniones de cada panelista, dado que las mismas no tienen un orden ni límite, y en más de una ocasión, los locutores dan su criterio al mismo tiempo, ocasionando que no se entienda el mensaje. Tampoco manejan secciones establecidas, el programa es un solo bloque y tiene ciertos cortes comerciales, pero no con el objetivo de separar segmentos.

El programa tiene clasificación D (deportivo) y O (opinión); sin embargo, los comentarios vertidos por los panelistas no solo se limitan a esta área, también hacen alusión a temas varios como, temblores; vivencia; llamadas con el público para pronóstico de resultados; etc. Su programación aplica dos géneros, los mismos son: género de opinión y género informativo.

La presentación de noticias es general, dan a conocer el qué; sin embargo, no se presentan detalles. Posterior a la mención de la nota, se presenta la opinión de los panelistas e incluso llegan a interactuar con el público para conocer sus comentarios.

En el caso de los formatos radiofónicos, tienen una variedad y su tiempo de aplicación medida en minutos es la siguiente: 683 minutos para el comentario, 157 minutos para la charla, 69.3 minutos para spots, 41.6 minutos para el formato noticioso y 4 minutos para entrevistas.

Según estas cifras y tomando en cuenta que, de los 11 programas visualizados y analizados durante el 23 de julio de 2021 al 08 de agosto del 2021, solo se utilizaron 41.6 minutos para la presentación de noticias formales, su objetivo principal no es brindar información al público, lo que buscan es el entretenimiento de su audiencia.

Se eligió este periodo para aprovechar la participación de los deportistas ecuatorianos dentro de las olimpiadas Tokio 2020 y la cantidad de temas que se podían tratar en alusión a dicho evento deportivo; sin embargo, se continuó hablando en su mayoría de fútbol. Al inicio de la programación solo se anunció la obtención de reconocimientos o medallas, luego de ello, continuaron con su programación correspondiente.

CONCLUSIONES

3.7 Conclusiones

Una vez levantada y analizada la información recabada por medio de entrevistas y fichas de análisis se concluye que:

- Los programas deportivos MundiDeportes y Aló Fútbol no guardan una estructura completa, ni manejan un formato adecuado para su producción radiofónica. Carecen de un guion y orden específico para la realización del mismo.
- En el caso del programa MundiDeportes las etapas de producción utilizadas fueron: preproducción y producción. Para el programa Aló Fútbol, utilizaron la producción y postproducción. El programa MundiDeportes aplica la preproducción al momento de elaborar un guion base para el desarrollo del programa dado que se nota un orden en las intervenciones de los panelistas, además de contar con varias noticias. En el programa Aló Fútbol se puede ver su etapa de producción, dado que durante sus grabaciones no existe interrupción por errores técnicos o fallas en su conexión de internet. Se aplican efectos auditivos y musicalización. Para la postproducción, se puede notar su ejecución al distribuir el programa vía YouTube, donde tienen una edición del mismo, agregando material gráfico entre cada corte, marcos decorativos, etc. En los dos programas el deporte con mayor mención es el fútbol, pese a que se escogieron fechas para el análisis durante la transmisión de los juegos olímpicos Tokio 2020, los programas siguieron hablando de fútbol casi en toda su programación.
- Durante la programación de MundiDeportes, se puede identificar el uso del género informativo. En el caso de Aló Fútbol, aplican dos géneros, los mismos son: informativo y de opinión.

- Tanto para el programa MundiDeportes como para Aló Fútbol, los formatos establecidos dentro de su programación son: comentario, noticiero, charla, spot y entrevista. La frecuencia de los formatos radiofónicos aplicados para el programa MundiDeportes es: spot con empleo de 60 veces, noticiero con un total de 50 veces, comentario con una aplicación de 47 veces, le sigue la charla con un total de 36 veces y la entrevista con un uso de solo 6 veces. La frecuencia de uso de formatos para Aló Fútbol es la siguiente: comentario, noticiero y spot con un total de 11 veces, la charla con un total de 5 veces y entrevista solo 1 vez.

RECOMENDACIONES

3.8 Recomendaciones

- Después de analizar los doce programas establecidos del espacio radial MundiDeportes, transmitidos en la señal de CRE Satelital, y once programas de Aló Fútbol transmitidos por radio La Redonda, se puede recomendar hacer un mejor uso de los formatos radiofónicos ya que estos están en desigualdad tomando en cuenta que el formato que más se usa es la charla y la opinión, dejando a un lado la noticia y la entrevista que son de los formatos que más información puede brindar al oyente.
- Según lo visualizado en los videos, se recomienda a los programas a utilizar la estructura completa de preproducción, producción y postproducción. Además de tomar en cuenta a otros deportes que permitan un aporte cultural en su audiencia, y destacar a tantos deportistas ecuatorianos.
- Tanto para la programación de MundiDeportes como Aló Fútbol, se sugiere aplicar de mayor forma el género informativo, innovar en el método para dar a conocer las noticias importantes del deporte ecuatoriano. Es importante que lo programas también tengan creatividad al momento de comunicar, es recomendable aplicar otro tipo de género más llamativo como el género mixto o musical, de esta forma pueden llegar a una audiencia diferente.

- Luego del análisis de los programas seleccionados, se pudo validar que el formato utilizado el mayor número de veces, es la charla, es por ello se recomienda tanto para el programa MundiDeportes como Aló Fútbol, se apliquen nuevos formatos que les permitan tener mayor creatividad y calidad de la información, además de interactuar con los deportistas ecuatorianos y como comunicadores incentivar la cultura deportiva en Ecuador.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alzola, U. (2015). *El papel de los medios de comunicación: La radio y la televisión en la sociedad actual*. Obtenido de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/43052>
- Andrade, D. (2019). *ANÁLISIS DEL ART. 75 DEL REGLAMENTO GENERAL A LA LOC Y SU REFORMA EN LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS NACIONALES EN EL ESPECTRO RADIOFÓNICO*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2652/1/T-ULVR-2448.pdf>
- Angulo, L., & Moreno, A. (2016). Periodismo deportivo. *Revista Luciernaga*, 10-26.
doi:<http://orcid.org/0000-0002-3243-4650>
- Apraez, K. (2017). *ROGRAMA EDUCATIVO DE RADIO Y SU INCIDENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA DR. MANUEL QUINTANA MIRANDA*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/3552/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000060.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=49&zoom=100,109,893>
- Araya, C. (2016). Cómo producir un programa de radio. *Educación*, 165-172.
- Asamblea Nacional. (Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: Registro Oficial. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Asamblea Nacional. (2019). *Ley Orgánica de Comunicación*. Registro Oficial. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

Astudillo, V. (2019). *ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DEPORTIVO RADIAL DE LA CIUDAD DE LOJA, EN LOS MESES DE ENERO DEL 2018 A MARZO DEL 2018.*

Obtenido de

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/21699/1/TESIS%20VALERIA%20ASTUDILLO.pdf>

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación- RPM. (5 de Junio de 2021). *Boletín Estadístico Diciembre 2020.* Obtenido de

<https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/servicios/rpm/boletin-estadistico/>

Costa, D. (2016). *Exploración de las causas por la escasa profundidad e investigación en el Periodismo Deportivo de Ecuador.* Obtenido de

<https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/6086/1/128824.pdf>

Díaz, A., & Riveros, V. (2018). *PRODUCCIÓN DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS*

ALTERNATIVOS EN EL PERIODISMO DEPORTIVO: ANÁLISIS DE MEDIOS Y

CREACIÓN DE UNO NUEVO. Obtenido de

[https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/44001/TG-](https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/44001/TG-RIVEROS%20VANESSA.%20D%20C3%8DAZ%20ANDR%20C3%89S..pdf?sequence=3&isAllowed=y)

[RIVEROS%20VANESSA.%20D%20C3%8DAZ%20ANDR%20C3%89S..pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/44001/TG-RIVEROS%20VANESSA.%20D%20C3%8DAZ%20ANDR%20C3%89S..pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Duarte, J., & Agualongo, E. (2018). *Los contenidos radiofónicos deportivos y su incidencia en la conducta de los hinchas.* Obtenido de

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2427/1/T-ULVR-2223.pdf>

Espada, A. (2018). Nuevos modelos radiofónicos: las redes de podcast en Argentina: producción, distribución y comercialización de la radio on demand. *Question, I*(59).

doi:<https://doi.org/10.24215/16696581e081>

Faustos, J. (2017). *Levantamiento y analisis de las fuentes primarias de la historia de la radiodifusión en Guayaquil* . Obtenido de

<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/21442/1/Faustos%20Sandoval%20Juan%20Francisco.pdf>

Grijjalva, A., & Yaguana, H. (2019). *La brújula sonora. La radiodifusión ecuatoriana en el siglo XXI*. Quito: Editorial Universitaria Abya-Yala.

Jimenez, J. (2019). *ANÁLISIS COMUNICACIONAL DEL PROGRAMA COPA Y SU INCIDENCIA EN LA PREFERENCIA DE CONTENIDO DEPORTIVO DE LOS HABITANTES DEL SECTOR CRISTO DEL CONSUELO, DESDE LA 10MA Y CALLEJÓN PARRA HASTA EL PUENTE DE LA A*. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/44660/1/An%c3%a1lisis%20Comunicacional%20de%20Programa%20COPA%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20preferencia%20de%20contenido%20deportivo..pdf>

Kaplún, M. (1999). *Producción de programas de radio*. Quito: Editorial Quipus. Obtenido de

https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio_view.php?bibid=126448&tab=opac

Lara, R. (2019). *Análisis de los imaginarios sociales de violencia proyectados en las transmisiones radiales del Campeonato Ecuatoriano de Fútbol*. Obtenido de

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18724/1/T-UCE-0009-CSO-160.pdf>

- Maldonado, J. (2016). *PROYECTO DE PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN DEL PROGRAMA DEPORTIVO RADIAL: "DEPORTE EXPRESO"*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/27042/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf>
- Martinez-Costa, M. (2017). La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma escucha diversificada y multiplataforma. *Revista Brasileira de Ciências Da Comunicação*, 109-128. Obtenido de <https://doi.org/10.1590/1809-5844201737>
- Ochoa, M., & Gonzalez, E. (2021). *Uso de las Marcas Personales en la red social Twitter para la emisión de contenido deportivo de las periodistas deportivas ecuatorianas durante los meses octubre, noviembre y diciembre 2020*. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/24200>
- Pinto, M. (Febrero de 2006). *LOS GÉNEROS RADIOFÓNICOS*. Obtenido de <http://www.mariapinto.es/alfamedia/radio/generos.htm>
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* . Obtenido de <https://dle.rae.es/>
- Rendón, L., & Ortega, J. (2015). Aprendizaje colaborativo mediante redes sociales y radio comunitaria web 2.0. *Revista Lasallista de Investigación*, 54-65. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/695/69542291007.pdf>
- Rodero, E. (2020). La radio: el medio que mejor se comporta en las crisis. Hábitos de escucha, consumo y percepción de los oyentes de radio durante el confinamiento por el Covid-19. *El profesional de la información*, 1-15. Obtenido de <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.06>

- Sanchez, J. (2019). *Roles y funciones en la radio* . Obtenido de <https://es.scribd.com/document/409963266/Roles-y-funciones-en-la-RADIO-docx>
- Santos, M., & Pérez, J. (2016). La radio: hábitos de consumo de los futuros periodistas. *Revista Ámbitos*, 1-10. Obtenido de <https://institucionales.us.es/ambitos/la-radio-habitos-de-consumo-de-los-futuros-periodistas/>
- Ulloa, N. (2021). *Radio educativa para jóvenes*. Quito: Editorial PUCE. Obtenido de <https://www.pucesi.edu.ec/webs2/wp-content/uploads/2021/02/Radio-Educativa-para-J%C3%B3venes-2021-final.pdf>
- Vasconcellos, R. (6 de Abril de 2014). La primera transmisión deportiva radial fuera de estudios. *Diario El Universo*. Obtenido de eluniverso.com/deportes/2014/04/06/nota/2609096/primera-transmision-deportiva-radial-fuera-estudios/
- Yang, Y., Saladigas, H., & Torres, D. (2016). El proceso de la comunicación en la gestión del conocimiento. Un análisis teórico de su comportamiento a partir de dos modelos típicos. *Revista Universidad y Sociedad*, 165-173. Obtenido de <http://rus.ucf.edu.cu/>
- Zambrano, W. (2021). Transformaciones y tendencias de la radio deportiva en la convergencia digital. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 195-220. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7875640>
- Zapata, N., Flores, A., & Mafla, D. (2021). Comunicación, deporte y radio. Estudio comparativo de programas radiales ecuatorianos. *Dominio de las Ciencias*, 435-457. doi:<https://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i1.1717>

ANEXOS

Anexo A. Transcripción de las entrevistas

1. Entrevista Con Bryan Naula

[0:00:01-0:02:05]

--Bueno, tengo que agradecerte por aceptar esta entrevista, justamente como te comentaba mi tema de tesis es: formatos de programas radiales en el campo del periodismo deportivo.

Justamente en la tesis estoy analizando dos programas de índole deportivo, uno es el tuyo, MundiDeportes, y nada quería que me ayudarás rapidito como unas preguntas no te voy a quitar mucho tiempo igual voy a compartir pantalla para que se puedan ver las preguntas que te voy a realizar. La primera pregunta es ¿cuál es la estructura que utiliza tu programa para su desarrollo?

-El fin del programa es que contenga todo lo que un programa de información deportiva tiene, el programa tiene como todos, el saludo, la cordialidad y después de eso nos metemos con los temas actuales que conocemos y que han ocurrido durante el día o en las últimas horas, los que son más notorios para que eso tenga una interacción mutua con los oyentes, con los seguidores, obviamente vamos primero con el tema más importante que es el que va a enganchar al público y luego de poco se van a ir alternando con otros temas que también son importantes pero debemos darle prioridad a lo que está en el momento para que así la gente se vaya conectando con nosotros.

[0:02:06-0:03:25]

--Se podría decir ustedes tienen un guion elaborado antes de cada programa o no como tú dices por ahí la noticia más relevante en el momento va primero

-Eso puede variar, depende también del momento, eso puede variar y te lo digo porque hay un sitio en programas donde si hay un guion al menos se dice con qué se habla en el primer bloque que es de media hora, todos los bloques son de media hora entonces uno sabe regular todo ese tiempo, hay veces que sí pero en otras ocasiones como hoy que son temas que ocurrieron de una forma inesperada por traspaso de algún jugador o alguna lesión, algún evento, rueda de prensa que debes cubrir en ese momento y que tú 24 horas antes no sabías que iba a suceder, entonces ahí como que postergamos lo que tenemos y vamos primero con la rueda de prensa de Federación o de LigaPro, de cualquier equipo entonces eso sí eso sí pasa pero de todas maneras siempre hay que tener la base de al menos saber de qué vas a hablar y no estar tan perdido porque son varios temas que a veces no alcanzan en una o dos horas que suelen tener los programas.

[0:03:26-0:05:08]

--La siguiente pregunta es ¿Cuáles son las etapas las etapas de producción que aplican en tu programa y qué actividades desarrollan en cada una de ellas?

-A que te quién te refieres específicamente

--Me refiero a la producción que tienen los programas antes de que salgan al aire, la típica etapa de preproducción, producción y postproducción

-Te comento que no, al menos en la radio en la que sale mi programa, la programación es continua y minutos antes de que nuestro programa salga al aire hay otra emisión entonces faltan dos o tres minutos termina y uno ya va y empieza la musicalización etcétera, entonces por lo general casi no ocurre porque como los programas van seguidos en las que termina un y por ahí mismo sigue el otro estar unos 10-15 minutos antes y también te toca escuchar lo que dicen tus demás compañeros

en el programa anterior, es complicado tener la etapa de preproducción pero una vez dentro de cabina debemos tener todo listo, en actividades usamos mucho el diálogo, también usamos la plataforma streamyard que nos ayuda para la retransmisión de nuestro programa por las redes sociales, sirve para compartir pantalla, insertar imagen, insertar vídeo entonces eso también es clave en el tema digital, tú sabes que por el tema de la pandemia hacemos todo desde casa y necesitas de estas herramientas, entonces se deben usar estas plataformas y se trata de recuperar todo para presentar los archivos multimedia que tenemos, por ejemplo, grabaciones, entrevistas, videos que solamente ayudan a que la programación sea más variada que en otros programas sino también nos ayuda a guardar todos estos archivos y poderlo usar cuando queramos.

[0:05:08-0:06:58]

--La tercera pregunta es según tu opinión ¿a qué género periodístico corresponde tu programa?

-Yo diría directamente que es informativo, incluso más informativo que de opinión porque obviamente uno dice la noticia y luego emite una opinión o comentario que es lo más natural pero de ahí es más información porque se buscaba por lo general entre 2 o 3 entrevistas a la semana con personajes, dirigentes, futbolistas, ex jugadores, para obviamente alimentar toda esa materia que se daba en la programación, entonces yo creo que esos son los géneros periodísticos; informativos para uno dar a conocer la noticia cosa que a lo mejor en otras estaciones o en otros medios no lo sabía pero nosotros tratamos de generar la noticia, al menos nuestro director de programa nos dice que no es fan de hacer periodismo del periodismo, sino el mismo salir a buscar la noticia para luego que quede como evidencia que nuestro programa o nuestro medio lo dijo primero.

[0:07:00-0:09:07]

--La siguiente pregunta es ¿Qué formatos radiofónicos son los más usados en tu programa?

-En formatos con el tema de la multimedia se utilizaba, también ese no tan lenguaje científico ni hablar bonito sino un formato radial tradicional que se entienda con altura con respeto que no demos vueltas al asunto y seamos claros y obviamente no ser tan línea, decir una pequeña broma, reír, molestar con el panel porque sabemos que hoy en día la radio, la televisión, la prensa escrita han cambiado por la tecnología, nosotros buscamos maneras también para innovar, de ser algo diferente, por ejemplo en el alguna algún programa vamos vestidos depende de la ocasión, ya sea alguna festividad de la radio o en general pero obviamente darle otro sentido a lo que hacemos y no hacer lo mismo lo mismo de siempre, sirve mucho para que sorprendas a la audiencia entonces esas también sirve, no solamente pues como uno hable, sino como uno se presente ante las cámaras estar bien arreglado eso da otra frescura.

[0:09:08-0:10:59]

--Ustedes elaboran un guión o libreto para su programa, su programa por cuántos bloques está compuesto, hay alguna reunión previa para detallar de qué se va hablar o no

-Los guiones sencillos lo aprendí en la universidad y una vez que entras a trabajar en radio te das cuenta que son muy diferentes. Antes nuestro programa era de 3:00 a 5:00 ahora es de 3 a 4 y los bloques como tú dices son de media hora es el primer bloque y hacemos un día por ejemplo el entrenamiento de Barcelona para más o menos saber qué es el tema, el segundo bloque el tema de la selección que opinan algunos compañeros con estos llamados, el tercer bloque se toca el tema si habrá público o no en la Noche Amarilla, la explosión azul y cuarto bloque ya darle como un cierre porque ahora que nuestro programa dura solo una hora hay que tratar de ser rápido porque se viene otro programa al rato que nosotros terminamos, hay que ser un poco rápido y por eso te he mencionado en el formato radiofónico en ser un poco claro pero a su vez darle esa velocidad y

entonces eso es lo que yo al menos aprendí porque yo estuve primero de “entretiempo” y luego me cambiaron a “Mundideporte” y en cuanto al guión nos manejamos por cada bloque y si por ahí sale algo repentino, como por ejemplo algún jugador se lesionó, entonces debemos cambiar durante la marcha, pero igual no perdemos el equilibrio sino que vamos a ir uno detrás de otro décimo sabes que hay que cambiar o sino por los tan famosos grupos de WhatsApp donde también nos comunicamos por fotos o intercambiamos el contacto de X y luego para hablar con y entonces existe esa variedad y creo yo que al menos en el grupo de trabajo y lo digo de una manera particular si es que hay una buena comunicación, si es una buena convivencia creo que da pie para lograr muchas cosas y eso es lo que al menos durante todo el último año he aprendido.

[0:12:25-0:14:47]

-para ir cerrando esto entrevista, sé que tú tienes una gran experiencia en distintos medios de comunicación radiales incluso digitales, que es lo que tú piensas de esta nueva era del periodismo, tú crees que se cumple a rajatabla con todo lo que aprendimos en las aulas con esto de los formatos que deben seguir los programas.

-Yo creo que desde el 2010 cuando comenzó la era de las redes sociales y todo esto se puso en auge, hablo de Facebook, Twitter y demás creo que se ha roto un molde del periodismo tradicional y se han tenido que adaptar en lo periodístico. Al menos aquí en nuestro país con el deporte el fútbol, el tenis, etc. El tema deportes olímpicos que no que en general entonces yo creo que el tema digital siempre tiene algo nuevo que sorprender y depende del medio y de quién o quiénes estén en ese momento de darle idea, incluso hasta TikTok, mira como todas las empresas se han metido en ese mundo, y es que ahora es así, yo no tengo cuenta en tiktok pero si de aquí a mañana me piden que haga algo por esa plataforma tengo que hacerlo y está bien, personalmente me gusta

como las cosas han evolucionado y me entusiasma porque no sé qué vendrá en el futuro. Mira ahora, estamos en una entrevista por zoom, antes era ir hasta el centro o al lugar donde tengas que ir con tu grabadora y hacer la entrevista

[0:14:47-0:16:30]

--Ahora es tan fácil como decir pásame link y ya estamos conectados, y mira que nosotros pertenecemos a la etapa de los millennials pero estamos dispuestos a estar actualizándonos, por ejemplo yo a veces no soy de los que me gusta estar pegado al teléfono pero me toca porque obviamente debo estar actualizado, buscar información de cualquier índole porque si quiero pertenecer a este mundo de la comunicación debo estar consciente de que esto va cambiando con el tiempo y debo cambiar con ellos porque si no me quedo obsoleto, como se están quedando muchas cosas que cuando éramos pequeños pensábamos que iban a durar para siempre

[0:16:33-0:17:02]

--Recuerdo que yo de chico tenía un Nokia era chiquito tenía que estar aplastando botones y ahora existen teléfonos táctiles, tabletas y otros avances tecnológicos, así que hoy por hoy la generación futura tiene que aprender y sacarle el mayor provecho a todo esto.

2. Entrevista con Xiomara De La Torre

[0:00:01-0:01:57]

-En primer lugar, gracias por colaborar con esta entrevista para mi tesis, como te comenté estamos haciendo un proyecto de tesis que justamente se llama formato de programas radiales en el campo del periodismo deportivo y sé que tú tienes vasta experiencia en este campo y has

trabajado obviamente en programas radiales. Bien la primera pregunta sería ¿cuál es la estructura que utiliza tu programa para su desarrollo?

--Bueno siempre es primordial tener una entrevista 2 o 3 veces por semana, tratamos de cubrir toda la información deportiva que sucede día a día, siempre tiene que existir información de Emelec y Barcelona, básicamente nuestra estructura es entrevista, llamadas telefónicas para saber la opinión del público, cubrir desde exteriores, la interacción con la gente es lo primordial para que se vea también diferente y no sea un programa lineal.

[0:01:58-0:05:42]

-La otra pregunta es ¿cuáles son las etapas de producción que aplican en tu programa y qué actividades desarrollan en cada una de ellas?

--sí por supuesto en el programa Aló Fútbol siempre cada 15 minutos antes de salir al aire hacemos la retroalimentación de lo que vamos hablar, ahora que estamos con teletrabajo nos enviamos los temas y cada uno los va repasando, obviamente cada programa, además cada programa queda grabado en las redes sociales de la radio y adicional a eso nosotros también salimos por televisión, en canela tv, tengo entendido que cuando sale el programa los productores de la radio hacen que se transmitan por las redes sociales y el canal de tv.

-La otra pregunta es ¿según tu opinión a qué género periodístico corresponde tu programa?

--Lo primordial en este programa es la opinión, pero también tenemos el género informativo, creo que igual nosotros resaltamos la opinión ya sea nuestra o del oyente, pero eso si nosotros nos hacemos responsable de lo que decimos.

-La siguiente pregunta es ¿Qué formatos radiofónicos son los más usados en tu programa?

--Mira creo que cumplimos con la mayoría igual tratamos de que el programa no sea lineal, los viernes por ejemplo el programa es un poco más suelto, tratamos de interactuar más con el público, obviamente es por temas de llamadas telefónicas y en ciertas ocasiones uno de nosotros va a las calles y trata de conversar con algún transeúnte y eso vuelve el programa más dinámico.

[0:05:42-0:09:09]

--Bien ahora vamos con la última pregunta, ¿ustedes elaboran un guion o libreto para su programa y como está compuesto?

-No, mira en nuestro programa nosotros hacemos un guion muy básico, no es el típico guion o libreto que aprendimos en la universidad, es muy básico, nosotros más nos comunicamos por el celular y ahí nos ponemos de acuerdo que hablaremos, como te dije eso es ahora porque estamos por teletrabajo pero antes era unos 10 o 15 minutos antes y ya sabíamos que íbamos hablar, lo que sí es en las entrevistas pues tratamos de que todo el grupo se prepare ya que nos dicen con dos días de anticipación quien será el entrevistado.

Anexo B. Ficha de análisis de los programas MundiDeportes y Aló fútbol de la programación emitida desde el 23 de julio al 8 de agosto 2021 durante el evento de juegos olímpicos Tokio 2020.

- *Ficha de análisis para el programa MundiDeportes*

<i>Fecha</i>	<i>Programa</i>	<i>Estructura</i>	<i>Géneros Radiofónico</i>	<i>Formatos Radiofónicos</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Duración</i>	<i>Observación</i>
23/07/21	MundiDeportes	Preproducción y Producción	Informativo	Noticias	3	30 min	Repasaban las noticias más importantes del día.
				Charla	3	40 min	Conversaban de diferentes temas y en algunas ocasiones relacionadas a las noticias del momento.
				Entrevista	2	50 min	Entrevistaron a Diego Castro, directivo de Liga Deportiva de Quito y a Kevin Saldarriaga, gerente del Manta F.C
				Spot	5	20 min	Propios de la radio y productos.

26/07/21	MundiDeportes	Preproducción y Producción	Informativo	Noticias	3	20 min	Repasaban las noticias más importantes del día.
				Comentarios	3	20 min	Hicieron comentarios relacionados a las noticias antes mencionadas
				Entrevistas	2	40 min	Entrevistaron a Fabián Frías, director técnico del Manta F.C y a Jean Carlos Rocafuerte, directivo del Delfin S.C
				Charla	3	40 min	Conversaban de diferentes temas y en algunas ocasiones relacionadas a las noticias del momento.
				Spot	5	20 min	Propios de la radio y productos.
27/07/21	MundiDeportes	Preproducción y Producción	Informativo	Noticias	3	30 min	Repasaban las noticias más importantes del día.
				Comentarios	3	40 min	Hicieron comentarios relacionados a las

							noticias antes mencionadas
				Charla	3	50 min	Conversaban de diferentes temas y en algunas ocasiones relacionadas a las noticias del momento.
				Spot	5	20 min	Propios de la radio y productos.
28/07/21	MundiDeportes	Preproducción y Producción	Informativo	Noticias	5	20 min	Repasaban las noticias más importantes del día.
				Comentarios	5	20 min	Hicieron comentarios relacionados a las noticias antes mencionadas
				Charla	3	50 min	Conversaban de diferentes temas y en algunas ocasiones relacionadas a las noticias del momento.
				Spot	5	20 min	Propios de la radio y productos.

29/07/21	MundiDeportes	Preproducción y Producción	Informativo	Noticias	5	25 min	Repasaban las noticias más importantes del día.
				Comentarios	5	25 min	Hicieron comentarios relacionados a las noticias antes mencionadas
				Charla	3	30 min	Conversaban de diferentes temas y en algunas ocasiones relacionadas a las noticias del momento.
				Spot	5	20 min	Propios de la radio y productos.
30/07/21	MundiDeportes	Preproducción y Producción	Informativo	Noticias	3	10 min	Repasaban las noticias más importantes del día.
				Comentarios	3	10 min	Hicieron comentarios relacionados a las noticias antes mencionadas
				Entrevistas	2	25 min	Entrevistaron a Santiago Cattani, presidente de la Universidad Católica y a Manuel Pilamunga,

							presidente del Mushuc Runa
				Charla	3	35 min	Conversaban de diferentes temas y en algunas ocasiones relacionadas a las noticias del momento.
				Spot	5	20 min	Propios de la radio y productos.
2/08/21	MundiDeportes	Preproducción y Producción	Informativo	Noticias	4	25 min	Repasaban las noticias más importantes del día.
				Comentarios	4	25 min	Hicieron comentarios relacionados a las noticias antes mencionadas
				Charla	3	30 min	Conversaban de diferentes temas y en algunas ocasiones relacionadas a las noticias del momento.
				Spot	5	20 min	Propios de la radio y productos.

3/08/21	MundiDeportes	Preproducción y Producción	Informativo	Noticias	5	15 min	Repasaban las noticias más importantes del día.
				Comentarios	5	15 min	Hicieron comentarios relacionados a las noticias antes mencionadas
				Charla	3	50 min	Conversaban de diferentes temas y en algunas ocasiones relacionadas a las noticias del momento.
				Spot	5	20 min	Propios de la radio y productos.
4/08/21	MundiDeportes	Preproducción y Producción	Informativo	Noticias	5	15 min	Repasaban las noticias más importantes del día.
				Comentarios	5	15 min	Hicieron comentarios relacionados a las noticias antes mencionadas
				Charla	3	50 min	Conversaban de diferentes temas y en algunas ocasiones

							relacionadas a las noticias del momento.
				Spot	5	20 min	Propios de la radio y productos.
5/08/21	MundiDeportes	Preproducción y Producción	Informativo	Noticias	5	20 min	Repasaban las noticias más importantes del día.
				Comentarios	5	20 min	Hicieron comentarios relacionados a las noticias antes mencionadas
				Charla	3	40 min	Conversaban de diferentes temas y en algunas ocasiones relacionadas a las noticias del momento.
				Spot	5	20 min	Propios de la radio y productos.
6/08/21	MundiDeportes	Preproducción y Producción	Informativo	Noticias	5	25 min	Repasaban las noticias más importantes del día.
				Comentarios	5	25 min	Hicieron comentarios relacionados a las

							noticias antes mencionadas
				Charla	3	30 min	Conversaban de diferentes temas y en algunas ocasiones relacionadas a las noticias del momento.
				Spot	5	20 min	Propios de la radio y productos.
10/08/21	MundiDeportes	Preproducción y Producción	Informativo	Noticias	4	15 min	Repasaban las noticias más importantes del día.
				Comentarios	4	15 min	Hicieron comentarios relacionados a las noticias antes mencionadas
				Charla	3	50 min	Conversaban de diferentes temas y en algunas ocasiones relacionadas a las noticias del momento.
				Spot	5	20 min	Propios de la radio y productos.

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)

- *Ficha de análisis para el programa Aló Fútbol*

<i>Fecha</i>	<i>Programa</i>	<i>Estructura</i>	<i>Géneros Radiofónico</i>	<i>Formatos Radiofónicos</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Duración</i>	<i>Observación</i>
23/07/21	Aló Fútbol	Producción y postproducción	Informativo y opinión	Comentario	3	50 min	El tema principal fue anécdotas de Guayaquil previo a las fiestas julianas.
				La Charla	2	20 min	Los locutores contaron sus experiencias respecto a temas relacionados con las fiestas de Guayaquil
				Noticia	2	8 min	Dos noticias respecto a jugadores posiblemente contagiados de COVID 19 y fechas de partidos.
				Spot	1	8 min	Propios de la radio y productos.
26/07/21	Aló Fútbol	Producción y postproducción	Informativo y opinión	Comentario	5	70 min	Se extienden bastante en los comentarios. Temas varios como resultados de partido, medallas ganadas por deportistas ecuatorianos.

				La Charla	1	10 min	Nuevamente los locutores comparten anécdotas de Guayaquil.
				Noticia	3	7 min	Sobre partidos y resultados de las participaciones en los juegos olímpicos
				Spot	5	10 min	Propios de la radio y productos
27/07/21	Aló Fútbol	Producción y postproducción	Informativo y opinión	Comentario	2	30 min	Dialogan de temas varios; sin embargo, a veces hablan todos a la vez y no se comprende.
				La Charla	3	45 min	La interrupción de los locutores no permite se entienda el mensaje que desean transmitir.
				Noticia	5	5 min	No hay mayor desarrollo de la noticia. Una breve mención de esta.
				Spot	7	7.30	Propios de la radio y productos
28/07/21	Aló Fútbol	Producción y postproducción	Informativo y opinión	Comentario	8	85 min	Más de una vez hablan todos a la vez y no se logra comprender.
				Noticia	3	3 min	El deporte más mencionado es el fútbol.

				Spot	3	5 min	Propios de la radio y productos.
29/07/21	Aló Fútbol	Producción y postproducción	Informativo y opinión	Comentario	6	90 min	No hay tiempo establecido para los comentarios de cada locutor. Unos hablan más que otros.
				Noticia	5	4 min	Pese a que mencionan noticias respecto a los eventos de los juegos olímpico Tokio 2020, en su mayoría es fútbol.
				Spots	2	4 min	Propios de la radio y productos.
30/07/21	Aló Fútbol	Producción y postproducción	Informativo y opinión	Comentario	7	75 min	No manejan un guión, se extienden mucho en los comentarios.
				Noticia	2	2 min	Escasas noticias, solo se menciona el tema y luego dan su opinión personal.
				Spots	4	8 min	Propios de la radio y productos.
02/08/21	Aló Fútbol	Producción y postproducción	Informativo y opinión	Comentario	3	53 min	Falta libreto, hay mucha improvisación y temas que saltan al momento.
				La Charla	2	27 min	Conversan de sus experiencias en los estadios de Guayaquil.

				Noticia	2	2 min	Apertura del programa con dos noticias que luego se mencionan, pero con opiniones de los locutores.
				Spots	4	6 min	Propios de la radio y productos.
3/08/21	Aló Fútbol	Producción y postproducción	Informativo y opinión	Comentario	5	70 min	Se comentó más de cosas varias como temblores y no de deportes.
				Noticia	1	1 min	Forma de comunicar noticias muy generales.
				Entrevista	1	4 min	Entrevista al nuevo integrante del programa.
				Spot	4	6 min	Propios de la radio y productos.
4/08/21	Aló Fútbol	Producción y postproducción	Informativo y opinión	Comentario	2	25 min	Gran número de llamadas con el público en busca de opiniones externas.
				La Charla	3	55 min	Reciben llamadas del público y comentan sobre predicciones de marcador y estrategias de directores técnicos.
				Noticia	3	6 min	Se enfocan más en fútbol que en otro deporte

				Spot	5	5 min	Propios de la radio y productos.
5/08/21	Aló Fútbol	Producción y postproducción	Informativo y opinión	Comentario	5	70 min	No todos los panelistas tienen el mismo tiempo de interacción.
				Noticia	1	1.30 min	Falta desarrollo de noticia.
				Spot	3	4 min	Propios de la radio y productos.
6/08/21	Aló Fútbol	Producción y postproducción	Informativo y opinión	Comentario	4	65 min	Se comenta sobre variedades y hacen algunas bromas dentro del estudio.
				Noticia	3	2.30 min	Las noticias son de resultados de partidos y luego los panelistas comentan sobre el rendimiento de jugadores. Las noticias sobre otros deportes son escasas.
				Spot	4	6 min	Propios de la radio y productos.

Elaborado por: Rodríguez y Rosero (2022)