



1859



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional De Loja

Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación

Carrera de Comunicación

Análisis de contenido del programa deportivo Pitazo Final transmitido por la Radio Municipal 90.1 FM de la ciudad de Loja, durante el periodo: octubre 2021-enero 2022.

**Trabajo de Integración Curricular
previa a la obtención del título de
Licenciada en Comunicación**

AUTORA:

Lisette Estefanía Balcázar Granda

DIRECTOR:

Lic.Sybel Enrique Ontaneda Andrade Mg.Sc

Loja – Ecuador

2023

Certificación

Loja, 14 de marzo de 2023

Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade; Mg. Sc
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular, denominado: **Análisis de contenido del programa deportivo Pitazo Final transmitido por la Radio Municipal 90.1 FM de la ciudad de Loja, durante el periodo: octubre 2021-enero 2022.**, previo a la obtención del título de **Lic. En Comunicación**, de la autoría de la señorita **Lisette Estefanía Balcázar Granda** con **cédula de identidad número 1150753935**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para la respectiva sustentación y defensa.



Firmado electrónicamente por:
**SYBEL ENRIQUE
ONTANEDA ANDRADE**

Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade; Mg. Sc
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Lisette Estefanía Balcázar Granda**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.



Firma:

Cédula: 1150753935

Fecha: 17/04/2023

Correo Electrónico: lisette.balcazar@unl.edu.ec/lisettebalcazar18@gmail.com

Teléfono: 0988318340

Carta de autorización por parte de la autora, para la consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Lisette Estefanía Balcázar Granda**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Análisis de contenido del programa deportivo Pitazo Final transmitido por la Radio Municipal 90.1 FM de la ciudad de Loja, durante el periodo: octubre 2021-enero 2022.**, como requisito para optar el título de **Licenciada en Comunicación**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los diecisiete días del mes de abril de dos mil veintitrés.

Firma:



Autora: Lisette Estefanía Balcázar Granda

Número de cédula: 1150753935

Dirección: Guachanamá – Paltas – Loja

Correo Electrónico: lisette.balcazar@unl.edu.ec/lissettebalcazar18@gmail.com

Teléfono: 0988318340

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade; Mg. Sc

Dedicatoria

A Dios gracias por guiarme, darme la sabiduría, el entendimiento y la fuerza para cumplir cada meta que me he propuesto.

A mis padres, Inés Granda y Servio Balcázar, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir este logro, gracias por ser los pilares fundamentales de mi vida, gracias por inculcar en mí el esfuerzo, valentía y la perseverancia.

A mis hermanos y hermana por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este tiempo de estudio. A toda mi familia porque con sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de alguna u otra manera gracias por acompañarme en toda mi carrera.

Lisette Estefanía Balcázar Granda

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, que me permitió recibir formación profesional y lograr esta meta, a través de la carrera de comunicación social, así como a mis profesores que me ayudaron con su experiencia y sabiduría durante estos cuatro años, mi conocimiento creció y aportó a mi formación académica.

A mi tutor Mgs. Sybel Ontaneda por su guía durante este trabajo de investigación, por su tiempo y por su ayuda para desarrollar este tema.

A mi familia por su apoyo incondicional durante estos 4 años de estudios y a mis padres quienes supieron motivarme, aconsejarme y guiarme para lograr mis metas.

Lisette Estefanía Balcázar Granda

Índice de contenidos

| | |
|---|------------|
| Portada | i |
| Certificación | ii |
| Autoría | iii |
| Carta de Autorización | iv |
| Dedicatoria | v |
| Agradecimiento | vi |
| Índice de contenidos | vii |
| • Índice de tablas | viii |
| • Índice de gráficos | ix |
| • Índice de anexos | x |
| 1. Título | 1 |
| 2. Resumen | 2 |
| 2.1 Abstract..... | 3 |
| 3. Introducción | 4 |
| 4. Marco teórico | 5 |
| 4.1.1. La comunicación..... | 5 |
| 4.1.2. Comunicación Interpersonal..... | 8 |
| 4.1.3. Acción comunicacional | 9 |
| 4.1.4. Comunicación Objetiva | 9 |
| 4.1.5. Comunicación Crítica | 9 |
| 4.1.6. Comunicación expresiva..... | 9 |
| 4.1.7. Comunicación Persuasiva | 9 |
| 4.1.8. Comunicación Organizacional..... | 9 |
| 4.1.9. Comunicación de Masas | 9 |
| 4.2.1. Géneros Periodísticos..... | 10 |
| 4.2.2. Géneros Informativos | 11 |
| 4.2.3. La noticia | 11 |
| 4.2.4. Características de las noticias..... | 11 |
| 4.2.5. Reportaje | 11 |
| 4.2.6. Entrevista | 12 |
| 4.3. El medio radio y comunicación deportiva..... | 12 |

| | |
|---|-----------|
| 4.3.1. Historia del periodismo | 12 |
| 4.3.2 Periodismo deportivo | 13 |
| 4.3.3 Comunicación y deporte..... | 14 |
| 4.4. Radio..... | 15 |
| 4.4.1. Historia y antecedente de la radio | 15 |
| 4.4.2. Importancia de la radio..... | 15 |
| 4.4.3. Elementos de la producción radiofónica | 16 |
| 4.4.4. Características de los programas deportivos radiales | 17 |
| 4.4.5. Formatos de los programas deportivos radiales..... | 18 |
| 4.5. Marco referencial y contextual | 18 |
| 4.5.1. Ciudad de Loja..... | 18 |
| 4.5.2. Breve historia de la Emisora Municipal..... | 19 |
| 4.5.3. Funciones específicas | 20 |
| 4.5.4. Historia del programa pitazo final | 20 |
| 5. Metodología..... | 22 |
| 6. Resultados..... | 24 |
| 6.1. Resultados encuesta..... | 24 |
| 6.1.2. Resultado de entrevistas | 35 |
| 6.1.3. Ficha de observación..... | 36 |
| 7. Discusión..... | 38 |
| 8. Conclusiones..... | 40 |
| 9. Recomendaciones..... | 41 |
| 10. Bibliografía..... | 42 |
| 11. Anexos..... | 44 |

Índice de tablas:

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Estructura del programa..... | 21 |
| Tabla 2. Frecuencia de escucha..... | 24 |
| Tabla 3. Uso del lenguaje neutral..... | 25 |
| Tabla 4. El programa es netamente informativo..... | 26 |
| Tabla 5. Leguaje verbal | 27 |
| Tabla 6. Participación de la audiencia | 28 |
| Tabla 7. Es precisa la información | 29 |
| Tabla 8. Identificación con la narración..... | 31 |
| Tabla 9. Autenticidad de la información..... | 33 |

Índice de gráficos:

| | |
|---|----|
| Gráfico 1. Proceso de la comunicación..... | 7 |
| Gráfico 2. Líneas de Acción del periodismo | 13 |
| Gráfico 3. Organigrama Orgánico..... | 19 |
| Gráfico 4. Frecuencia de escucha | 24 |
| Gráfico 5. Uso del lenguaje neutral..... | 25 |
| Gráfico 6. El programa es netamente solo informativa | 26 |
| Gráfico 7. Participación de la audiencia..... | 28 |
| Gráfico 8. Información es objetiva..... | 30 |
| Gráfico 9. Conocimiento de formatos..... | 31 |
| Gráfico 10. Identificación con la narración | 31 |
| Gráfico 11. Trasmisión de los eventos deportivos | 32 |
| Gráfico 12. Autenticidad de la información | 32 |

Índice de anexos:

Anexo 1.Propuesta44
Anexo2.Encuesta55
Anexo3. Entrevista-Comentaristas.....58
Anexo 4. Oficios de designación y aprobación del Trabajo de Integración Curricular.....59
Anexo 5. Certificación de traducción de Abstract.....61

1. Título

Análisis de contenido del programa deportivo pitazo final transmitido por la radio municipal 90.1 FM de la ciudad de Loja, durante el periodo: octubre 2021-enero 2022.

2. Resumen

Se realizó un amplio estudio académico y analítico, que permitió conocer el alcance que cubre el programa radiofónico en el tiempo y entender su relación con aquellos que lo siguen. También, se buscó comprender en qué medida el desarrollo de nuevos estándares de calidad, tanto en la información deportiva como en la producción del programa, han contribuido a la fidelidad de la audiencia. En la actualidad, las emisiones de programas deportivos se han vuelto comunes, aunque con propuestas y estándares de calidad diferentes. Esto se debe a la experiencia y las guías que se les han proporcionado a los productores. A través de esta investigación se analizó la transmisión deportiva del programa pitazo final transmitido por la emisora municipal 90.1 FM de la ciudad de Loja, durante el periodo: octubre 2021-enero 2022.

La metodología utilizada para esta investigación es de enfoque mixto con predominio cuantitativo y cualitativo, a través de encuestas aplicadas al grupo objetivo (20-60 años) distribuidos en las 4 parroquias urbanas de la ciudad de Loja (El Sagrario, San Sebastián, Sucre y El Valle) y entrevistas semiestructuradas a los comentaristas que trabajan en el mismo.

Los resultados indican que la radio sigue siendo el medio de comunicación más usado, puesto que, es el medio de comunicación más popular para este propósito, a diferencia de la televisión y las redes sociales, la radio no requiere de una conexión a Internet para sintonizarla, lo que la hace accesible para una amplia gama de personas, independientemente de su ubicación geográfica o su nivel socioeconómico. Además, la narración detallada de los eventos deportivos por parte de los locutores de radio permite a los oyentes sentirse más conectados con los juegos y los deportistas, creando una experiencia auditiva emocionante.

Esta investigación incluye una propuesta alternativa que pretende mejorar la estructura y el mecanismo de las transmisiones deportivas del programa pitazo final.

Palabras claves: Programa radial, información deportiva, futbol, Comunicación Interpersonal

2.1 .Abstract

A broad academic and analytical study was carried out, which made it possible to know the scope covered by the radio program over time and to understand its relationship with those who follow it. Also, we sought to understand to what extent the development of new quality standards, both in sports information and in the production of the program, have contributed to audience loyalty. Nowadays, sports program broadcasts have become common, although with different proposals and quality standards. This is due to the experience and guidelines provided to producers. Through this research, the sports broadcasting of the program "Pitazo final" transmitted by the municipal radio station 90.1 FM in the city of Loja, during the period: October 2021-January 2022, was analyzed.

The methodology used for this research is of mixed approach with quantitative and qualitative predominance, through surveys applied to the target group (20-60 years) distributed in the 4 urban parishes of the city of Loja (El Sagrario, San Sebastian, Sucre and El Valle) and semi-structured interviews to the commentators who work in it.

The results indicate that radio continues to be the most used means of communication, since, it is the most popular means of communication for this purpose, unlike television and social networks, radio does not require an Internet connection to tune in, which makes it accessible to a wide range of people, regardless of their geographic location or socioeconomic level. In addition, the detailed narration of sporting events by radio announcers allows listeners to feel more connected to the games and the athletes, creating an exciting listening experience.

This research includes an alternative proposal that aims to improve the structure and mechanism of the sports broadcasts of the final whistle program.

Keys word: radio program, sports information, soccer, Interpersonal Communication

3. Introducción

En los últimos años, la radio ha demostrado ser un medio de comunicación útil y eficaz que trasmite información en tiempo real, especialmente en el ámbito deportivo. La radio tiene la capacidad de llegar a una amplia audiencia, incluso en lugares donde otros medios de comunicación no tienen alcance, lo que la convierte en una herramienta invaluable para difundir información deportiva a nivel local y regional.

En la presente investigación de enfoque mixto con predominio cuantitativo y cualitativo, se propuso determinar el impacto del programa Pitazo Final entre su público objetivo. Así mismo, se conoció la opinión pública frente a la participación activa de la audiencia dentro del programa deportivo, con la aplicación de 400 encuestas a los habitantes de las cuatro parroquias urbanas de la ciudad de Loja, y por último se realizó una deducción analítica semántica de las entrevistas realizadas a los comentaristas que trabajan en el medio, con el fin de recopilar la información necesaria.

Los resultados determinaron que se necesita fomentar la interacción de la audiencia durante la transmisión del espacio deportivo para crear una sensación de comunidad y pertenencia. Por otra parte, se conoció que la mayoría de los oyentes reconocen la entrevista, la noticia y la opinión de los periodistas. Por este motivo se recomendó al medio de comunicación que se implementen nuevos formatos específicos o alternativos que mejoren la interacción con la audiencia. Este trabajo, es realizado para que el medio de comunicación considere optimizar la calidad de su programación y brinden un mejor servicio a la ciudadanía.

4. Marco teórico

4.1.1. La comunicación

La comunicación consiste en la interacción entre dos o más individuos que comparten un mismo lenguaje, para así comprender los mensajes transmitidos. Esto implica que los mensajes sean comprendidos de la misma forma en que fueron transmitidos, para lo cual es necesario que se cumplan ciertos requisitos. La comunicación es el intercambio de información entre personas, entidades o entornos con el fin de compartir conocimiento y crear un entendimiento mutuo. El vocablo proviene del latín "comunis" que constituye la palabra "común", lo que nos indica que la finalidad de la comunicación es la de poner en común ideas y pensamientos entre varias personas. Esta faceta de la comunicación implica que los mensajes transmitidos deben ser comprendidos de la misma forma en que fueron enviados, para lo cual es necesario que se cumplan ciertos requisitos (Gómez & Simón, 2019).

La comunicación es una parte primordial de la vida humana, permite interactuar con los demás, compartir conocimientos y desarrollar la comprensión mutua. Es una herramienta que nos ayuda a conectarnos con los demás, entender el mundo que nos rodea y lograr el desarrollo personal. Esto se logra a través del lenguaje, el cual nos permite expresar nuestros sentimientos, pensamientos y opiniones. A través de la comunicación, también podemos compartir información, transmitir nuestras ideas y desarrollar relaciones saludables con los demás. En un contexto social, la comunicación es de vital importancia para establecer relaciones entre los individuos y construir un entendimiento mutuo. Esta faceta de la comunicación es esencial para lograr la cooperación, la solidaridad y la armonía entre los miembros de una sociedad. La comunicación también es importante para desarrollar habilidades sociales, como el respeto, la empatía y la tolerancia (Gómez & Simón, 2019).

Estas habilidades son imprescindibles para una vida social saludable y una buena convivencia. En general, la comunicación es el proceso de intercambio de información entre personas, entidades o entornos, con el objetivo de compartir conocimientos y crear un entendimiento mutuo. Este aspecto de la comunicación nos permite interactuar con los demás, entender el mundo que nos rodea y desarrollarnos como individuos. Es una herramienta que nos ayuda a construir relaciones sanas y de entendimiento mutuo, permitiéndonos desarrollar habilidades sociales como el respeto, la empatía y la tolerancia (Gómez & Simón, 2019).

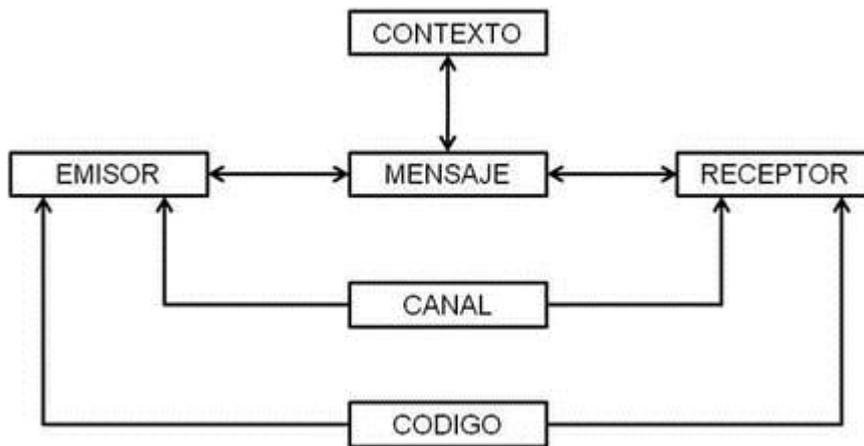
Actualmente, la comunicación se ve como una herramienta de difusión masiva, lo cual minimiza el grado en el que los participantes sociales utilizan su sentido para interactuar entre ellos. Esto no solo está cargado de connotaciones culturales, sino que también trasciende a la ética, la historia y otras áreas. Estos sentidos tienen una función esencial dentro de los contextos en los que se usan, ya que generan un marco para la comprensión mutua. Por lo tanto, la construcción de sentidos en la comunicación es muy importante para el entendimiento mutuo entre las personas y la promoción de la cultura.

Es primordial comprender que la comunicación entre personas es una herramienta esencial para desarrollar relaciones, obtener información y transmitir datos. Con el avance de la tecnología y el progreso social, la forma en la que interactuamos entre nosotros ha cambiado drásticamente.

López & A.Vaca, (2017) denotan que la comunicación es producto de elementos sociales como la necesidad, la ideología y los patrones culturales en una comunidad. De esta forma, la manera en que nos relacionamos unos con otros se basa en estos factores. Esto significa que la comunicación es una habilidad que se desarrolla a través del proceso de adaptación a los cambios sociales. Además, la comunicación es un proceso bidireccional que permite compartir información y establecer conexiones entre personas. Estas conexiones son esenciales para el desarrollo de una comunidad saludable, ya que permiten que nos entendamos entre nosotros y transmitamos información de una manera eficiente y segura.

La comunicación se basa en una lógica de producción social que puede variar de acuerdo a las necesidades, la ideología y los patrones culturales de la población. Esto significa que, para poder comunicarnos de forma adecuada, debemos ser conscientes de los cambios sociales que se están dando y adaptarnos a ellos. En resumen, la comunicación es una herramienta esencial para desarrollar relaciones, obtener información y transmitir datos. La forma en la que nos comunicamos depende de los cambios sociales, las necesidades, la ideología y los patrones culturales de la población. Comprender estos factores es primordial para establecer conexiones saludables entre personas y generar una comunicación fluida y segura (Gutiérrez, Ruiz, & Robayo, 2019). Es posible afirmar que la existencia de la comunicación depende del reconocimiento de un emisor, un receptor y un mensaje. Estos tres elementos son fundamentales para la interacción continua, además de un contexto que puede favorecer o dificultar la relación.

Figura 1.Proceso de la comunicación.



Nota: En la ilustración se muestra el proceso de comunicación tomado de (Cruz, 2019)

Los expertos de la comunicación han destacado la necesidad de entender los factores que juegan un papel en la interacción humana. El emisor y el receptor son los principales actores, cada uno con su propia sensibilidad al momento de emitir o recibir un mensaje. Debemos considerar que el emisor es la fuente de donde proviene el contenido del mensaje y el receptor es quien lo comprende. Por lo tanto, es importante tener en cuenta estos factores para que la comunicación sea eficaz y se logren los objetivos deseados (Cruz, 2019)

4.1.2. Comunicación Interpersonal

La comunicación cara a cara es una forma de intercambio de información de un grupo de personas o más, la cual se realiza a través de lenguaje verbal y señales no verbales. Estas últimas se reciben a través del canal visual, y determinan la calidad de la relación entre los participantes. Esta comunicación es esencial para establecer una relación y entendimiento mutuo entre las personas, ya que es a través de ella que se pueden transmitir emociones, pensamientos y sentimientos. Además, las señales no verbales juegan un papel importante en la comunicación interpersonal, ya que estas indican la confianza, el interés, la aprobación y el respeto que se tienen entre los participantes (Cebrían, 2019).

Es por esto que la comunicación cara a cara es fundamental para el desarrollo de relaciones sociales saludables. Esta nos permite establecer un vínculo afectivo y una conexión profunda entre dos personas. Esto se consigue a través de la expresión de los sentimientos y la percepción de las emociones y los gestos que se expresan durante la comunicación. Esto ayuda a las personas a entenderse mejor y a desarrollar relaciones más profundas. Esta comunicación es también importante para promover la cooperación y el trabajo en equipo, ya que permite una mejor comprensión entre los participantes y una mejor coordinación. En conclusión, la comunicación cara a cara es una herramienta esencial para el establecimiento de relaciones saludables y la comprensión mutua (Cebrían, 2019).

La comunicación interpersonal es el proceso de intercambio de información entre dos o más personas utilizando el lenguaje, los gestos, posturas, la entonación, entre otros. Esta comunicación se realiza en un contexto en el que se respetan ciertas normas, reglas y convenciones sociales preestablecidas para la convivencia armónica. Estas normas establecen límites para la libertad de expresión, permitiendo que la comunicación entre individuos sea respetuosa y fluida. La comunicación interpersonal es una herramienta para la interacción social, pues permite que cada individuo se exprese y se comunique con los demás (Agüero, 2020).

4.1.3. Acción comunicacional

Esta comunicación es una manifestación de la forma en la que cada uno piensa, actúa y se relaciona con su entorno social. Por lo tanto, es un medio para entender la manera en que los individuos se relacionan y asumen sus roles sociales. Esta comunicación es un proceso que debe realizarse de forma consciente o inconsciente, respetando las normas, reglas y convenciones sociales establecidas para una convivencia armónica (Agüero, 2020).

4.1.4. Comunicación Objetiva

El objetivo fundamental es brindar al receptor una información completa y objetiva. En este contexto, el remitente desea transmitir la información con la mayor claridad y precisión posible para evitar cualquier malinterpretación o manipulación del mensaje (Vergara, 2019).

4.1.5. Comunicación Crítica

El objetivo es presentar tu punto de vista, ofreciendo información abierta y comprensible. Esto con el fin de proporcionar al interlocutor elementos y consejos que le permitan comprender el punto de vista del emisor, incluyendo conductas y opiniones personales o profesionales (Vergara, 2019).

4.1.6. Comunicación expresiva

La expresión de los sentimientos personales es fundamental, esto debe ser un reflejo directo de las motivaciones y necesidades internas del individuo. Asimismo, la capacidad de expresar todo tipo de emociones, como la ira, la angustia, la alegría, el miedo o la venganza es un aspecto trascendental del ser humano (Vergara, 2019)

4.1.7. Comunicación Persuasiva

La comunicación persuasiva se centra en el logro de un objetivo en particular, es decir, fomentar el cambio de comportamiento de un destinatario mediante la influencia en sus opiniones y creencias. Esta forma de comunicación es particularmente eficaz debido a que el receptor no es consciente de la intención del remitente. El objetivo es lograr un cambio en el comportamiento a través de la influencia directa en la opinión y creencias del destinatario. La comunicación persuasiva permite a los remitentes influir en el comportamiento de los destinatarios sin que éstos sean conscientes de dichas intenciones (Reyna, 2019).

4.1.8 Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional es el intercambio de información entre los miembros de la organización para lograr los objetivos de la misma. Esta comunicación incluye el intercambio de ideas, opiniones, información y conocimientos entre los miembros de la organización. La comunicación organizacional está relacionada con la cultura organizacional, la toma de decisiones, la estimulación de los empleados y el desarrollo de productos y servicios. Esta comunicación se realiza a través de la tecnología, la escritura y la oratoria (Contreras & Garibay, 2020)

4.1.9 Comunicación de masas

En la actualidad, se observa una mayor agrupación entre los medios de comunicación y la socialización, ya que tienen un gran impacto tanto en el desarrollo individual como en el desarrollo social. La función de los medios de comunicación es clara: establecer normas, educar y transmitir experiencias. Estos medios también han convertido a la publicidad en un instrumento de poder, permitiendo que la clave del éxito y la popularidad sea el papel de los medios de comunicación como mecanismos de promoción de productos y servicios, sirviendo como panel de discusión y teniendo un significativo papel en la competencia entre empresas por los distintos segmentos de consumidores (Bretones, 2019).

4.2. Géneros Periodísticos

Los géneros periodísticos son aquellos que reflejan la ocurrencia de un suceso y su interpretación, o la información pertinente y su comentario o evaluación por parte del periodista. La radio es considerada el medio de comunicación en el que muchos de estos géneros alcanzan su máxima expresión, como las entrevistas, los debates y las tertulias, entre otros. Esta adaptación de los géneros periodísticos a la radio se caracteriza por la diversidad de elementos expresivos y personales que se incorporan al mensaje transmitido (Cardenas & Argudo, 2022).

Por lo tanto, para lograr una buena comunicación es necesario que los contenidos sean concisos, claros y directos, y que se otorgue mayor énfasis a estos géneros periodísticos, pues de esta forma se producirá un mayor efecto de persuasión hacia la audiencia (Cardenas & Argudo, 2022)

4.2.1. Géneros Informativos

4.2.2. La noticia

La noticia es una forma de comunicación periodística cuya función primordial es informar sobre acontecimientos de interés general que se producen en el ámbito local, nacional o internacional. Está estructurada en base a una selección de hechos relevantes recogidos por un periodista, los cuales son presentados de forma objetiva, clara y concisa, de tal modo que sirvan para informar a la sociedad de los sucesos más relevantes en que se ha visto involucrada. Esta forma de comunicación periodística se caracteriza por presentar una imagen fidedigna de los hechos sucedidos, dando cuenta de la realidad del acontecimiento en cuestión, que contribuye a la formación de opinión pública y a la educación de la sociedad (Mesa, 2019).

4.2. 3. Características de las noticias

De acuerdo a Sousa, Capoano, Rodrigues, & Paganott, (2022) Las noticias presentan las siguientes características:

1. Objetividad: se busca informar de forma objetiva sobre los hechos, sin incluir opiniones de los periodistas.
2. Veracidad: los hechos que se informan deben ser verdaderos y comprobados.
3. Actualidad: se informan acerca de hechos recientes para mantener al público al tanto.
4. Brevedad: el contenido de una noticia debe ser breve y conciso para mantener al lector interesado.
5. Contextualización: es importante ofrecer la información necesaria para entender los hechos.

4.2. 4. Reportaje

Un reportaje es un texto periodístico que trata de un tema en profundidad. Los reportajes suelen incluir entrevistas, información detallada, descripciones, cronologías y opiniones de expertos. Se caracterizan por profundidad, objetividad y una perspectiva única sobre un tema. Los reportajes se pueden realizar para diversos medios y plataformas, como periódicos, revistas, blogs, programas de televisión y radio (Vargas, 2019).

4.2.5. Entrevista

La entrevista es uno de los procesos más comunes que se usan para recabar información de una persona. Se trata de una conversación entre un entrevistador y un entrevistado con el objetivo de adquirir información sobre un tema concreto. El entrevistador realiza una serie de interrogantes al entrevistado para conocer su opinión sobre el tema y obtener información detallada (Folgueiras, 2019).

Adicional la entrevista es una herramienta de recolección de datos muy útil, ya que permite al entrevistador acceder al conocimiento, experiencias, opiniones y habilidades del entrevistado. Una entrevista adecuadamente realizada debe ser formal y estructurada. Esto significa que el entrevistador debe planificar con antelación las preguntas que va a realizar y, al mismo tiempo, preparar una lista de temas que quiere abordar. Esto le permitirá mantener un control sobre el curso de la entrevista. Además, el entrevistador debe estar preparado para escuchar con atención y anotar cualquier detalle relevante que pueda surgir durante la entrevista. (Folgueiras, 2019)

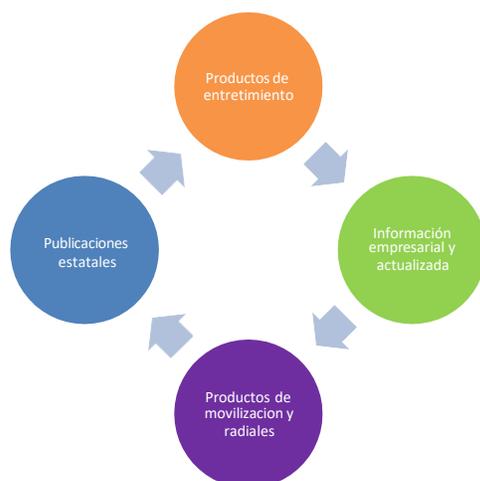
4.3. El medio radio y comunicación deportiva

4.3.1. Historia del periodismo

Los primeros periódicos se imprimieron en el siglo XVI, marcando el comienzo del periodismo. Las noticias locales, políticas y comerciales fueron los principales temas de publicación de estos primeros periódicos. Los periódicos ganaron popularidad y el periodismo se expandió durante los siglos XVII y XVIII. Se convirtió en una rutina leer titulares, artículos de primera plana e investigaciones (Salaverría, 2019).

Los periódicos de investigación, los periódicos de opinión y la prensa diaria se hicieron más populares en el siglo XIX, lo que condujo al desarrollo del periodismo moderno. Estas publicaciones se enfocaron en temas como política, economía, entretenimiento, ciencia y tecnología, entre otros. Con el progreso de la radio y la televisión en el siglo XX, el periodismo cambió. Actualmente, el periodismo se ha diversificado en los medios digitales y de Internet. El objetivo principal del periodismo sigue siendo proporcionar a los lectores información precisa e imparcial (Salaverría, 2019).

Figura 2. *Líneas de Acción del periodismo*



Fuente: (Barrera, 2006)

Los tres medios de comunicación principal, prensa, radio y televisión están incluidos en la definición amplia y tradicional del periodismo, así que hay que entender que la comunicación era elitista porque tenían que armonizar ideologías y regulaciones gubernamentales para incitar al nacionalismo en todo el mundo. Por ello, todos los gobernantes, independientemente de la estructura política del país, quieren, exigen y controlan la información y sus medios.

Cuando se fundó el Diario de los Magos, estaba dirigido a comunidades intelectuales específicas que ponían un fuerte énfasis en la educación y tenían un gusto especial por la divulgación de escritos científicos e ilustrados. En cuanto al curso de acción a los recursos de información financiera y pericial, se concentraron en los procesos de fabricación y producción de las empresas industriales.

4.3.2 .Periodismo deportivo

El periodismo deportivo ha experimentado cambios significativos en los últimos años en cuanto a los canales, estructuras y procesos utilizados para producir contenidos. Como resultado, ha crecido en importancia y ahora es más frecuente que nunca como el tipo de información con mayor alcance social en una parte importante de los países europeos y americanos. Esta tipología informativa ha florecido en más de un sentido. Además de números, lo ha hecho marcando tendencia, desarrollando un estilo adecuado

basado en el color, la particularidad y el realce de sus propuestas, y ofreciendo una nueva forma de presentación de la información a través de un lenguaje neutral llamativo y familiar para todos (Rojas & Touran, 2019).

4.3.3 .Comunicación y deporte

La comunicación es una parte importante del deporte. Es necesario para que los jugadores, entrenadores y oficiales se entiendan entre sí para lograr el éxito. Una buena comunicación entre compañeros ayuda a crear un ambiente de equipo, lo cual es clave para el éxito. Esto también ayuda a que los jugadores se motiven entre sí, especialmente durante los momentos difíciles. Los entrenadores también usan la comunicación para motivar y dirigir a los jugadores. Un buen entrenador sabe cómo hablar con sus jugadores para que comprendan sus instrucciones y logren los mejores resultados (Yepez, 2021).

Esto también permite que los jugadores reciban comentarios constructivos, lo cual es esencial para el desarrollo. La comunicación también puede ayudar a los jugadores a entender mejor las reglas del juego, las tácticas y el plan general. Esto les ayuda a trabajar juntos para lograr sus objetivos.

La comunicación es una habilidad clave para el deporte. Se necesita para motivar a los jugadores, transmitir instrucciones y compartir ideas. Si la comunicación se usa correctamente, puede ayudar a equipos y jugadores a alcanzar el éxito (Yepez, 2021).

4.4. Radio

4.4.1. Historia y antecedente de la radio

La radio es una tecnología que ha estado presente en la vida cotidiana de los seres humanos desde hace más de un siglo. Fue inventada en el año 1895 por el científico italiano Guglielmo Marconi, quien descubrió cómo usar señales de radio para transmitir mensajes a larga distancia. Desde entonces, la radio ha evolucionado de forma constante y ha servido como un medio para conectar a la gente de todo el mundo. En los primeros días de la radio, los mensajes se transmitían mediante ondas de radio, que podían recibirse en receptores especializados. Esta tecnología fue utilizada para transmitir noticias, información meteorológica y entretenimiento. Con el paso del tiempo, se desarrollaron nuevas formas de transmisión de señales, incluyendo ondas de microondas, ondas de televisión y satélites (Rodríguez, 2021).

En los años 30, la radio comenzó a transmitir programas de entretenimiento en vivo, como música, programas de variedades y dramas. Esto ayudó a popularizar la radio en todo el mundo y comenzó a formar parte de la cultura de la época. A partir de los años 50, la radio comenzó a utilizar nuevos formatos de programación, como el rock and roll, el blues y el country. Estos géneros ayudaron a difundir la música por todo el mundo y a popularizar la radio como un medio de entretenimiento (Rodríguez, 2021).

Con el paso del tiempo, la radio también se convirtió en un medio para transmitir noticias y programas de entrevistas. Esto permitió a la gente estar al tanto de los acontecimientos del mundo y

mantenerse informada. La radio también se volvió un medio para promover la educación, la cultura y la discusión de temas importantes. En la actualidad, la radio sigue siendo un medio fundamental para mantener a la gente informada y entretenida. Está presente en nuestras vidas a través de la radio FM, la radio por internet y las aplicaciones de radio para teléfonos inteligentes. La radio sigue siendo un medio de comunicación versátil y de gran alcance (Rodríguez, 2021).

4.4.2. Importancia de la radio

La radio es una importante herramienta de comunicación y es el medio de comunicación más antiguo, lo que le ha permitido tener un profundo impacto en la cultura. Ha servido como una fuente de entretenimiento, información y educación durante mucho tiempo. A través de la radio, las personas son capaces de escuchar programas de noticias, programas de entrevistas, música, programas educativos, etc. Esto les permite estar al tanto de los sucesos nacionales e internacionales, así como de los temas más importantes que afectan a la sociedad. Esto ayuda a mantener a la gente informada y conectada con el resto del mundo. Además, la radio permite que las personas se expresen libremente (Moreno, 2020).

Pueden compartir sus opiniones, ideas y experiencias sin ser censurados. Esto es especialmente útil para aquellos que viven en países con una limitada libertad de expresión. En conclusión, la radio es una herramienta importante que ha tenido un gran impacto en la cultura. Ofrece entretenimiento, información y educación, y es un medio importante para la libertad de expresión (Moreno, 2020).

4.4.3. Elementos de la producción radiofónica

De acuerdo a Quintisaca, (2020) La producción radiofónica incluye una variedad de elementos que contribuyen a crear un programa exitoso. Estos elementos incluyen:

- Contenido: Esto incluye la planificación de contenido para el programa, incluyendo la selección de temas, entrevistas, invitados, etc.
- Preproducción: Esta etapa incluye la planificación de los diferentes elementos del programa, como la edición de audio y la creación de guiones.
- Grabación: Esta etapa implica la grabación de audio para el programa, incluyendo entrevistas, música y efectos de sonido.
- Edición: Se trata de la edición de audio para crear el programa final. Esto incluye la mezcla y el montaje del contenido.
- Transmisión: Esta es la última etapa, en la que el programa se transmite al público. Esto puede ser a través de Internet, la radio o la televisión.

4.4.4.Otros de los elementos importantes se destacan a continuación:

Palabra:

El uso de un lenguaje adecuado para la radio es clave para asegurar que el significado de la información transmitida quede bien claro. Esto implica una combinación de peso, forma y ritmo verbal. El lenguaje debe ser comprensible para la audiencia, por lo que se requiere el uso de palabras claras y simples para que todos puedan captar la idea. Además, hay que tener en cuenta el uso de un lenguaje poético, para que la narración sea interesante y los oyentes se sientan identificados con el contenido. Es importante que las palabras sean pronunciadas de tal manera que el público pueda apropiarse de la historia y así sentir que tienen un diálogo directo con ellos (Rodero, 2020).

Música:

A fin de optimizar la transmisión de información por radio, el empleo de imágenes auditivas se hace indispensable, siendo el sonido y la música los elementos más destacables. Estos últimos permiten al radioescucha ejercitar su imaginación, describiendo los distintos aspectos que se pueda comprender mejor la historia que se quiere contar. Además, la música cumple una función emotiva, aunque su utilidad es menor para objetivos educativos. Por tal motivo, la selección de la misma debe realizarse con criterio funcional y no puramente artístico (Rodero, 2020).

La radio es un medio clave para el desarrollo de la vida sonora. Gracias a ella, las palabras, la música y el ruido se transforman para dar vida a una escena, haciendo que parezca real. La música en particular tiene una función dramática, aportando emoción y profundidad a cualquier situación. A nivel cotidiano, vivimos rodeados de sonidos, cada actividad nos ofrece una banda sonora única, diferente para una habitación vacía y llena, una oficina médica y una tienda de comestibles. La radio es una herramienta imprescindible para proporcionar matices y variaciones a este entorno sonoro (Rodero, 2020).

Los programas deportivos radiales son uno de los formatos más populares en la radio. Estos programas se enfocan en la cobertura de noticias, análisis y comentarios sobre eventos deportivos. La historia de los programas deportivos radiales se remonta a principios del siglo XX, cuando se comenzaron a transmitir partidos de béisbol en vivo por radio en Estados Unidos. A partir de entonces, los programas deportivos radiales se han expandido a otros deportes y países, convirtiéndose en una forma importante de difusión deportiva en todo el mundo.

4.4.5.Características de los programas deportivos radiales:

- **Cobertura de eventos deportivos en tiempo real:** Los programas deportivos radiales ofrecen una

narración detallada y en tiempo real de los eventos deportivos, permitiendo a los oyentes seguir el juego incluso si no están presentes en el lugar.

- **Comentarios y análisis:** Los programas deportivos radiales no solo transmiten los eventos deportivos, sino que también ofrecen comentarios y análisis por parte de expertos y comentaristas, proporcionando una visión más profunda de los juegos.
- **Entrevistas:** Los programas deportivos radiales a menudo cuentan con entrevistas exclusivas con jugadores, entrenadores y otros expertos en deportes, lo que permite a los oyentes conocer más sobre la perspectiva de los jugadores y los equipos.
- **Discusión en vivo:** Los programas deportivos radiales a menudo incluyen discusiones en vivo entre los comentaristas y los oyentes, lo que permite a los oyentes expresar sus opiniones y hacer preguntas en tiempo real.

4.4.6.Formatos de los programas deportivos radiales:

- Programas de noticias deportivas: Este formato se centra en la presentación de noticias deportivas y actualizaciones en tiempo real sobre eventos deportivos en curso.
- Programas de análisis: Este formato se enfoca en la discusión y el análisis de eventos deportivos, a menudo con la participación de comentaristas y expertos.
- Programas de entrevistas: Este formato se enfoca en entrevistas exclusivas con jugadores, entrenadores y otros expertos en deportes.
- Programas de llamadas: Este formato permite a los oyentes llamar y participar en discusiones en vivo sobre eventos deportivos y temas relacionados con el deporte.

4.5.Marco referencial y contextual

4.5.1Ciudad de Loja

La ciudad de Loja es una ciudad situada en el sur del Ecuador, conocida por su historia y sus atractivos culturales. La ciudad de Loja fue fundada en 1548 por el conquistador español Francisco Pizarro. La ciudad fue un lugar de destino para los primeros colonos españoles que llegaron a la región. Durante la colonia, se desarrollaron varios proyectos de desarrollo, como la construcción de iglesias, plazas, hospitales y otros edificios públicos. Durante el siglo XIX, la ciudad de Loja fue uno de los principales centros de producción de caña de azúcar. Esta actividad generó un gran impacto en la economía de la ciudad, y contribuyó al desarrollo de la industria, el comercio y la agricultura (Salazar, 2019).

En el siglo XX, la ciudad de Loja fue testigo de grandes cambios políticos. La ciudad fue el escenario de varios movimientos revolucionarios, que llevaron a la creación de un nuevo gobierno democrático. Estos cambios también contribuyeron al desarrollo económico de la ciudad, gracias a la inversión de capital extranjero. Hoy en día, la ciudad de Loja es una ciudad moderna, con numerosos atractivos turísticos, como

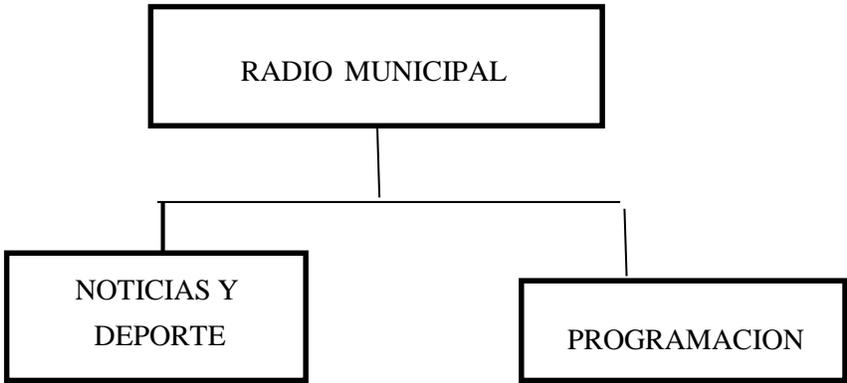
la Plaza de la Independencia, el Teatro Municipal, el Museo de la Ciudad, el Parque Nacional Podocarpus y muchos otros. Además, la ciudad se ha convertido en un importante centro comercial y educativo, con varias universidades y colegios. Esta combinación de modernidad y tradición convierte a la ciudad de Loja en un destino turístico ideal para quienes desean conocer la historia y la cultura del Ecuador (Salazar, 2019).

4.5.2. Breve historia de la Emisora Municipal

Radio Municipal 90.1FM es un medio público de comunicación creado con el objetivo de promover el desarrollo comunitario. Esta emisora se fundó el 4 de julio del 2003, con el propósito de ofrecer una programación variada que fomente los valores familiares, sociales y culturales. Además, permite una mejor comprensión de los temas coyunturales desde una perspectiva pluralista, participativa y ciudadana, en ámbitos locales, regionales y nacionales. Radio Municipal 90.1FM es una iniciativa que busca contribuir al bienestar de la comunidad (Radio Municipal Loja).

La educación, entretenimiento y orientación de la opinión pública es una iniciativa indispensable para el desarrollo de nuestras identidades. Esto se puede conseguir mediante la ejecución de políticas que salven, fortalezcan, promuevan y difundan las culturas locales. Esta política debe estar enmarcada en una democracia que incentive la participación ciudadana, para que la acción municipal se difunda en la comunidad (Radio Municipal Loja).

Figura 3. Organigrama Orgánico



Nota: Organigrama orgánico de la radio municipal Tomado de Municipalidad de Loja

4.5.3. Funciones específicas

El objetivo de la Municipalidad de Loja es contribuir a la fortificación de la democracia y la participación de los habitantes, a través de la información, difusión, comunicación y entretenimiento de la ciudadanía local. Se promueve la difusión de las actividades del alcalde, los concejales y administradores de la región de Loja, así como de sus unidades desconcentradas, para dar cumplimiento a la gestión de sus autoridades. Para ello se propone programas radiales y campañas de información municipal que fortalezca las igualdades locales, influya la unificación e intervención a los ciudadanos de la ciudad de Loja, además de generar transmisiones radiales y campañas de difusión municipales. Se monitorean los principales informativos radiales, se producen y envían información para las emisoras de la localidad, se establece una correlación de cooperación y compromiso con otros medios radiales, y se promocionan campañas publicitarias que permitan a la Municipalidad de Loja constituirse como una unidad autosustentable (Radio Municipal Loja).

4.5.4. Historia del programa pitazo final

Desde hace 18 años, la radio municipal de la administración municipal del Dr. José Bolívar Castillo viene ofreciendo el programa Pitazo Final, creado por Alex Romero. Esta emisión radial se destaca por un horario poco usual de 08H00-09H00 am, lo que le ha permitido marcar la diferencia ante la competencia. Pitazo Final tiene como propósito aportar información deportiva actualizada sobre los varios ámbitos deportivos, como el fútbol, el baloncesto, la natación, el atletismo y el taekwondo. Con un formato dinámico y una alegría contagiosa, el programa ha logrado mantenerse durante los últimos 18 años ininterrumpidos.

Durante este tiempo, Alex Romero ha contado con el acompañamiento de distintos periodistas, los cuales han contribuido con sus ideas para consolidar la identidad del programa. A través de esta unión de talentos, Pitazo Final se ha convertido en uno de los espacios de difusión más populares de la ciudad, dentro del programa se utilizan los formatos como entrevistas, noticias y comentarios por parte de los periodistas. El programa deportivo con el tiempo ha ido evolucionando, primero era escuchado solo por la radio, luego fue transmitido por las diferentes redes sociales de la radio municipal de Loja y posterior es transmitido por el Canal Sur de Loja. (Radio Municipal Loja).

Actualmente el programa cuenta con esta estructura:

Tabla 1. Estructura del programa

| Hora | Sección | Tiempo sección |
|----------------|---|-----------------------|
| 08H00 | Spot de bienvenida y titulares de las noticias | 12minuto |
| 08: :12 | Entrevista a un jugador o director | 12minutos |
| 08:24 | Retroalimentación por parte del locutor. | 12 minutos |
| 08:36 | Cortina musical | 4 |
| 08:40 | Espacio publicitario | 6minutos |
| 08:46 | Comentario y presentación noticias internacionales | 6 minutos |
| 08:52 | Comentarios y presentación de noticias locales | 6minutos |
| 09:00 | Spot de despedida | 2 minutos |

Nota: Estructura del programa

5. Metodología

La metodología utilizada para esta investigación es de enfoque mixto con predominio cuantitativo y cualitativo, tiene como objetivo determinar el impacto del programa Pitazo Final entre su público objetivo, por lo tanto, se recopiló y analizo los datos a través de una encuesta y entrevista. Esta investigación busca establecer una asociación entre las variables cuantificadas de los datos recopilados y evaluar el objetivo del medio de estudio.

Para llevar a cabo el análisis del programa Pitazo Final se recurrió al análisis de contenido, que consiste en saber qué es lo que dice el programa y luego evaluar si el mensaje es el que el medio busca transmitir a su audiencia y si está recibiendo los mensajes adecuados para alcanzar la intención del medio. Es por ello que se realizó el análisis pragmático, el análisis semántico y un análisis de recopilación de información con el objetivo de obtener los datos más veraces y neutrales posibles para que los resultados de la encuesta se aproximen lo más a la realidad, tomando como marco teórico todo el proceso.

Se aplicó el método deductivo- inductivo, que consiste en obtener información general sobre el programa para así detectar características concretas del mismo y luego analizar esos datos e información específica para sacar conclusiones generales. Además, para conocer el punto de vista de los habitantes de la localidad de Loja (20 a 60 años) se aplicaron encuestas al grupo objetivo distribuidos en las 4 parroquias urbanas (El Sagrario, San Sebastián, Sucre y el Valle), calculando el tamaño de la muestra poblacional para realizar la investigación social.

También se usaron fichas técnicas de observación para evaluar los procesos radiofónicos y el lenguaje que se emplea en el espacio deportivo, además de entrevistar a los comentaristas y analistas, Luis Granda, Renato Rojas y al Lic. Leonardo Celi, con el fin de recopilar la información necesaria que permitió una deducción analítica semántica. De esta forma se arribó a conclusiones que permitan una mejora significativa en el contexto social y comunicativo.

El estudio de la teoría funcionalista sobre la influencia de los medios de comunicación en la sociedad ha sido de gran importancia para el entendimiento de la influencia que éstos tienen. Esta teoría establece que, si la información proporcionada por los medios contribuye al equilibrio social, entonces es verdadera y justa. Al mismo tiempo, se necesita conocer la forma de distribuir la información de manera eficaz para lograr los mejores resultados. Por lo tanto, el estudio de esta teoría resulta indispensable

para entender cómo los medios de comunicación intervienen en la sociedad.

Fórmula Aplicada:

Para calcular el tamaño de la muestra se ha utilizado la siguiente fórmula

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{E^2}$$

$$n = \dots \dots \dots$$

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

n= Tamaño de la muestra o población a estudiar

N=Población de donde se va extraer el tamaño de la muestra.

E= Error de un 5%

Z=(sigma) nivel de confianza. (Tiene un valor de 2)

p=Varianza, que indica las proporciones de las características a estudiar dentro del Universo. (Es preciso suponer el caso más desfavorable de p=50)

q=Varianza, al igual que p, tiene un valor de

$$n = \frac{50 \times 50 \times 50 \times 87.986}{25 (87.986) + 4 \times 50 \times 50}$$

$$n = \frac{879860}{2174,65 + 10000}$$

$$n = 869860 \div 12174$$

$$n = 400$$

La muestra de la presente investigación corresponde a 400 personas a las cuales se aplicó la encuesta con el fin de obtener información relevante para el presente proyecto.

6. Resultados

6.1 Resultados encuestas

Se llevó a cabo una encuesta entre la población de la Ciudad de Loja con el fin de recopilar la mayor cantidad de datos posibles sobre el programa Pitazo Final. Los resultados obtenidos fueron presentados a través de cuadros y gráficos en una escala del 1 al 10 que se encuentran a continuación:

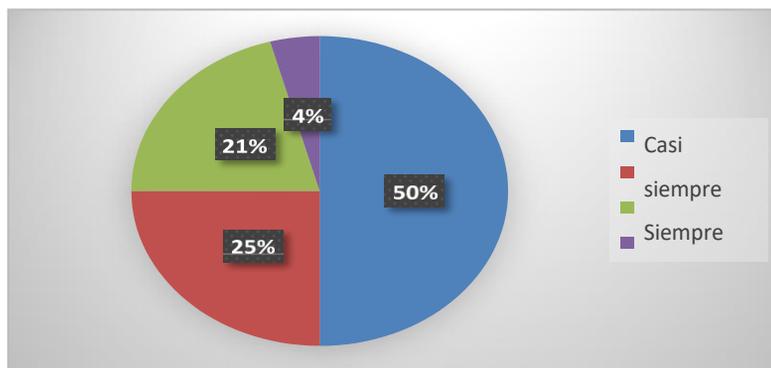
1. ¿Con qué regularidad usted escucha el programa Pitazo Final?

Tabla 2.Frecuencia de escucha

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|--------------|
| Siempre | 100 | 25 % |
| Casi Siempre | 200 | 50% |
| A veces | 83 | 21% |
| Nunca | 17 | 4% |
| TOTAL | 400 | 100 % |

Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Gráfico 4.Frecuencia de escucha



Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Análisis Cuantitativo:

En respuesta a la pregunta planteada, el 21 por ciento indicó que lo hacía a veces, el 25 por ciento manifestó que lo hacía siempre, el 50 % dijo que lo hacía casi siempre y el 4 por ciento nunca lo hacía.

Análisis cualitativo:

A partir de los resultados de la encuesta, se observa que el programa Pitazo Final es uno de los programas más escuchados por los habitantes de Loja. Esto podría deberse a que el programa ofrece contenido variado y atractivo para los oyentes. Además, el programa se transmite en horario estelar, lo que facilita su acceso a los oyentes. En cuanto a los motivos de los encuestados para escuchar el programa, se encontró que el contenido del mismo es el factor más importante para los oyentes. Esto demuestra que los contenidos del programa tienen una gran relevancia para los habitantes de Loja.

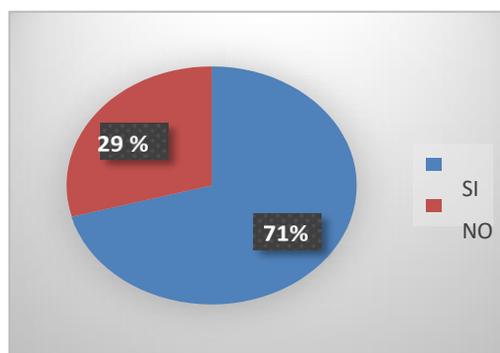
2. ¿Cree usted que el programa Pitazo Final maneja un lenguaje neutral?

Tabla 3. Uso del lenguaje neutral

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|-------------------|-------------------|
| No | 116 | 29 % |
| Si | 284 | 71 % |
| TOTAL | 400 | 100 % |

Elaboración: Lisette Estefanía Balcázar Granda

Gráfico 5. Uso del lenguaje neutral



Elaboración: Lisette Estefanía Balcázar Granda

Análisis cuantitativo

En esta pregunta se realizó un análisis de los resultados adquiridos. El 29% de los encuestados afirmaron que no utilizan un lenguaje expresivo, mientras que el 71% menciona que si lo hace. Estos resultados muestran que la mayoría de los encuestados manifiestan que si utilizan un lenguaje expresivo.

Análisis cualitativo

Los resultados de la encuesta indican que una gran cantidad de personas encuestadas perciben que el programa Pitazo Final suele emplear un lenguaje expresivo con frecuencia; sin embargo, una proporción menor de participantes manifestó que en ocasiones no se utiliza un lenguaje expresivo con el programa.

3. ¿Cree usted que este programa es solo informativo?

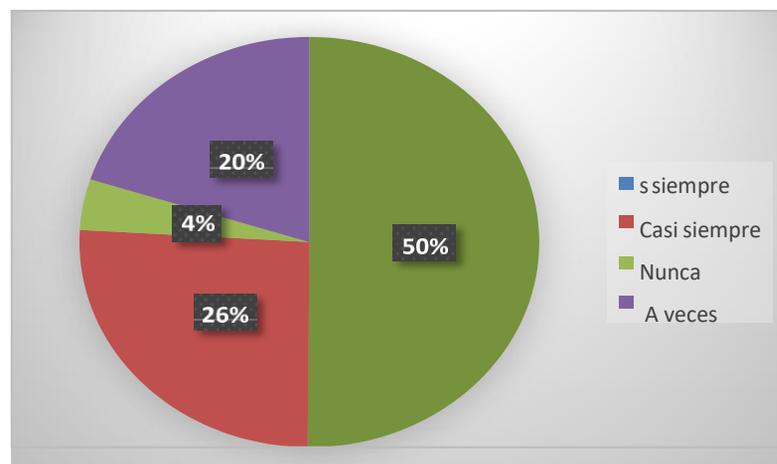
Tabla 4.El programa es netamente informativo

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|--------------|
| Siempre | 200 | 50 % |
| Casi siempre | 103 | 25% |
| A veces | 80 | 21% |
| Nunca | 17 | 4% |
| TOTAL | 400 | 100 % |

Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Gráfico 6.El programa es netamente solo informativa

Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda



Análisis cuantitativo:

Los resultados de esta pregunta indican que el 50% de los encuestados consideran que el programa Pitazo Final es informativo en ocasiones, el 25% señala que usualmente lo es, el 21 % indica que a veces es así y el 4% menciona que nunca lo es.

Análisis cualitativo

Se puede concluir que el programa Pitazo Final es en su mayoría es considerado como informativo por los encuestados, pero hay un pequeño porcentaje que no se siente satisfecho con la calidad de la información disponible. Esta conclusión es importante para las personas encargadas de producir el programa, ya que les aporta información sobre la percepción de los usuarios y les ayudará a mejorar el contenido.

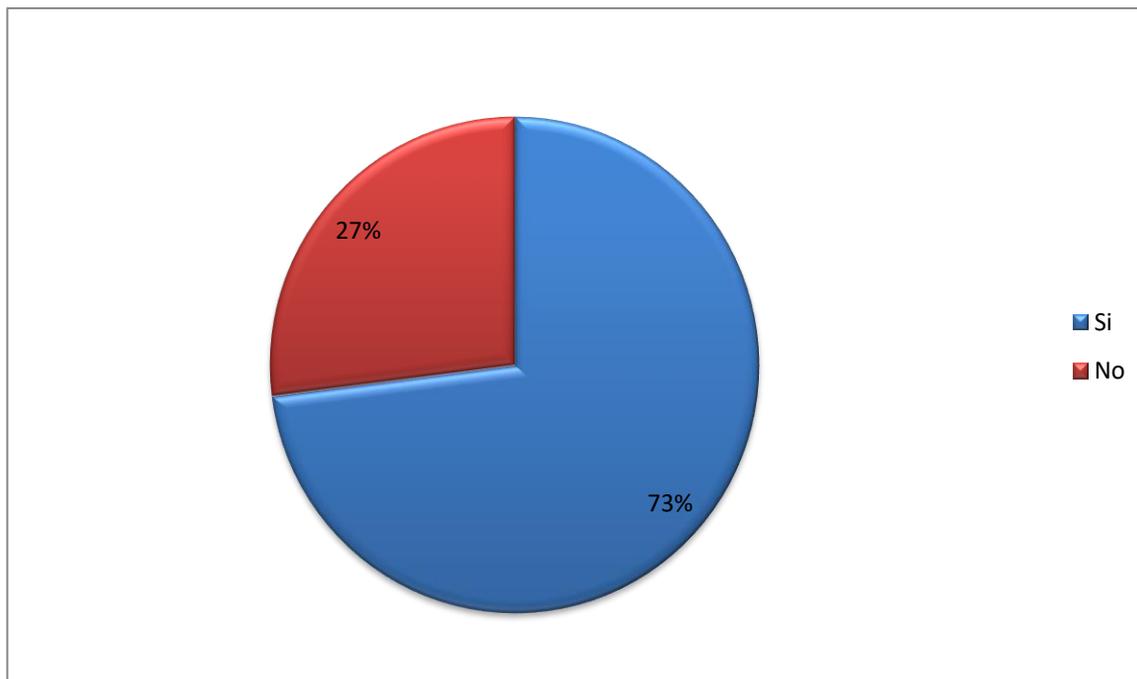
4¿El lenguaje hablado o verbal, utilizado en el programa de radio Pitazo Final es apropiado para la audiencia prevista?

Tabla 5. Leguaje verbal

| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|--------------|
| SI | 292 | 73 % |
| NO | 108 | 27 % |
| TOTAL | 400 | 100 % |

Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Gráfico 7. Leguaje verbal



Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Análisis Cuantitativo

De acuerdo con los datos recolectados en la encuesta, siete de cada diez personas creen que al utilizar un lenguaje oral apropiado para la audiencia al que se dirige el programa Pitazo Final, el resultado será favorable, mientras que el restante 29 por ciento estima que esto no será así.

Análisis Cualitativo

Este análisis destaca que el uso de un lenguaje apropiado para el público es un componente importante para el éxito del programa. Esto significa que los productores del programa deben tener cuidado al elegir el lenguaje que se usa en el programa para asegurarse de que sea apropiado para el público al que se dirige. Esto ayudará a asegurar que los escuchas se sientan conectados con el contenido y que tengan una opinión positiva del programa. Por lo tanto, el uso de un lenguaje adecuado es un elemento clave para el éxito de cualquier programa.

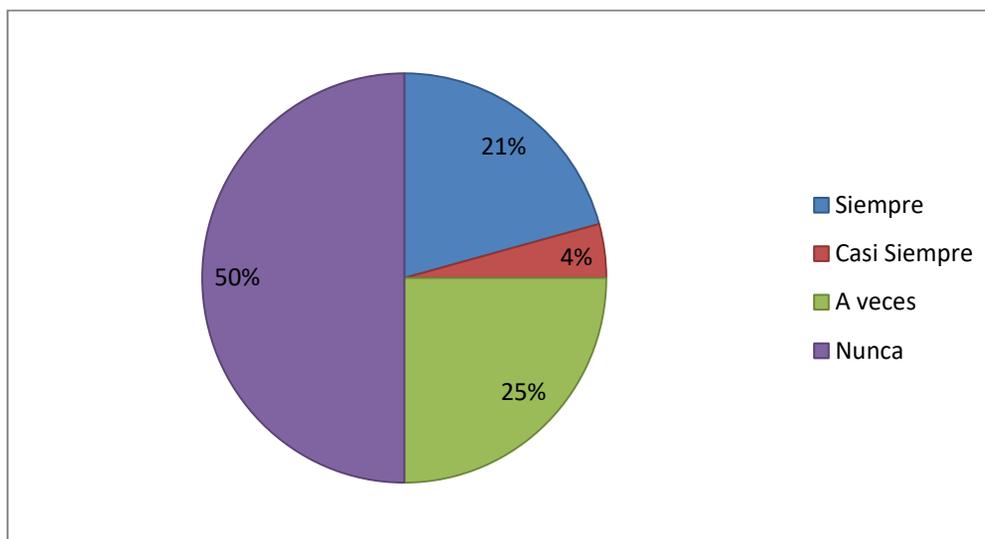
5¿Cree usted que el programa Pitazo Final fomenta la participación del público durante la transmisión del programa?

Tabla 6.Participación de la audiencia

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|-------------------|-------------------|
| Siempre | 83 | 21 % |
| Casi siempre | 17 | 4% |
| A veces | 100 | 25% |
| Nunca | 200 | 50% |
| TOTAL | 400 | 100% |

Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Gráfico 7.Participación de la audiencia



Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Análisis Cuantitativo:

El resultado de la encuesta reveló que el 50% de los encuestados piensan que el programa Pitazo Final no impulsa la participación de la audiencia, el 25% de ellos dijo que a veces se fomenta la participación, el 21% afirmó que siempre, y el 4% afirma que casi siempre.

Análisis cualitativo

Se puede concluir que Pitazo Final no promueve la implicación de la audiencia; sin embargo, hay diversas opiniones de los participantes sobre la cantidad de veces que se realiza. Esto se debe a que cada uno de ellos puede tener una interpretación diferente sobre el alcance de la participación en el programa.

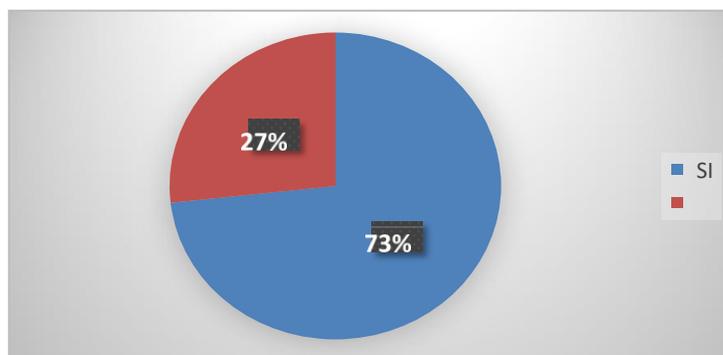
6.¿ Es precisa la información que transmite el programa Pitazo Final?

Tabla 7. Es precisa la información

| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|-------------------|-------------------|
| SI | 293 | 73 % |
| NO | 107 | 27 % |
| TOTAL | 400 | 100 % |

Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Gráfico 8. Información es objetiva



Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Análisis Cuantitativo

Un 73% de los encuestados afirmó que el programa Pitazo Final ofrece información imparcial sin dañar a nadie o alguna institución, mientras que el 27% restante respondió que no.

Análisis Cualitativo

Los resultados obtenidos indican que el programa de televisión Pitazo Final transmite información principalmente objetiva y no tiene la intención de provocar daño a ninguna persona.

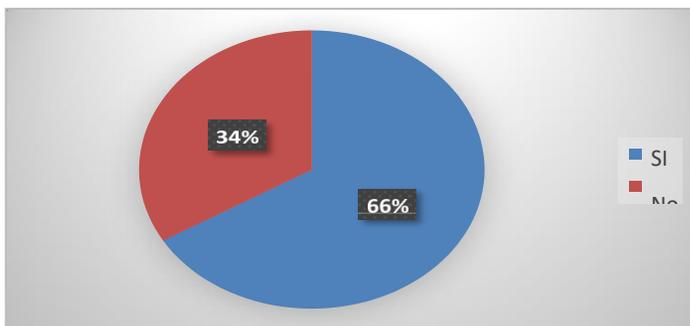
7 ¿Usted conoce los distintos formatos que se emplea en el programa (entrevistas, noticias y opinión)?

Tabla 7. Conocimiento de formatos

| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|--------------|
| SI | 266 | 66.% |
| NO | 134 | 33.% |
| TOTAL | 400 | 100 % |

Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Gráfico.9. Conocimiento de formatos



Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Análisis Cuantitativo:

Los encuestados indicaron que el 66% conocían los formatos (entrevistas, noticias, opinión) existentes en el programa, mientras que un 34% no contestó la pregunta.

Análisis cualitativo

La mayoría de la población encuestada es consciente de los diversos contenidos que ofrece el programa, entre ellos noticias locales, nacionales e internacionales, entrevistas con deportistas, dirigentes y comentarios de los locutores. Esto demuestra que están al tanto de los temas y contenidos que se abordan en el programa.

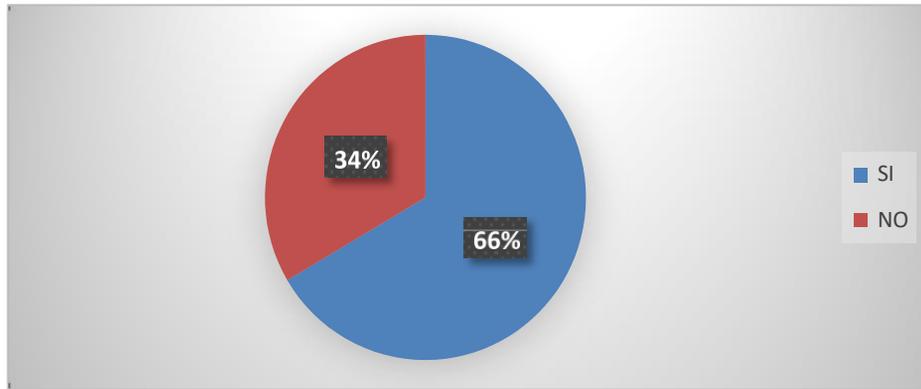
8. ¿Se siente identificado/a con la narración de los locutores del programa?

Tabla 8.Identificación con la narración

| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|--------------|
| SI | 270 | 66% |
| NO | 130 | 34% |
| TOTAL | 400 | 100 % |

Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Gráfico 10.Identificación con la narración



Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Análisis Cuantitativo

De los encuestados, el 66% dijo que generalmente estaban de acuerdo con lo que contaban los periodistas, mientras que el 34% restante no lo estaba. Esto indica que la mayoría de las personas se sienten conectadas con los relatos de los periodistas, mientras que una parte menor no está satisfecha con lo que oyen.

Análisis Cualitativo

Los resultados muestran que una cantidad significativa de encuestados se relacionan usualmente con las historias que presentan los periodistas de Pitazo Final.

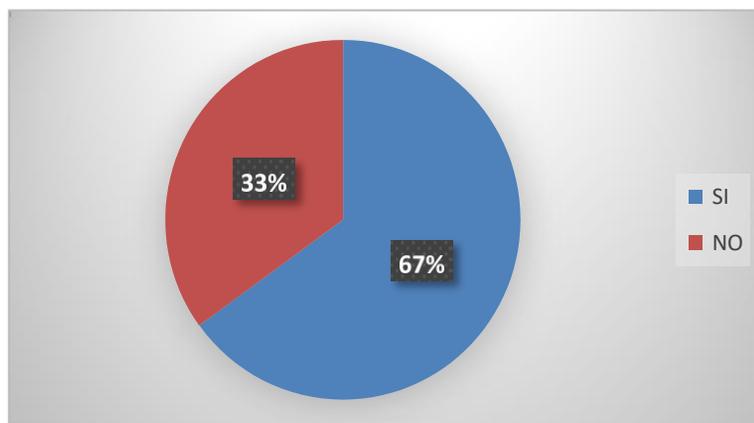
9.¿Cree usted que la emisora radial juega un importante papel en la transmisión de eventos deportivos?

Figura 10 .Trasmisión de los eventos deportivos

| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|--------------|
| SI | 260 | 67% |
| NO | 140 | 33% |
| TOTAL | 400 | 100 % |

Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Gráfico 11.Trasmisión de los eventos deportivos



Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Análisis Cuantitativo

Los resultados de la encuesta muestran que el 67% de los participantes considera que la emisora siempre juega un papel específico en la difusión de eventos deportivos, mientras que el 33% dice la radio casi no siempre desempeña un papel significativo.

Análisis Cualitativo

Los resultados de los estudios demuestran que la mayoría de los encuestados considera que la radio es una herramienta vital para transmitir los encuentros deportivos. Por lo tanto, se reconoce la necesidad de prestar atención a los diferentes elementos que inciden en la transmisión (el lenguaje utilizado, la objetividad, los formatos, etc.).

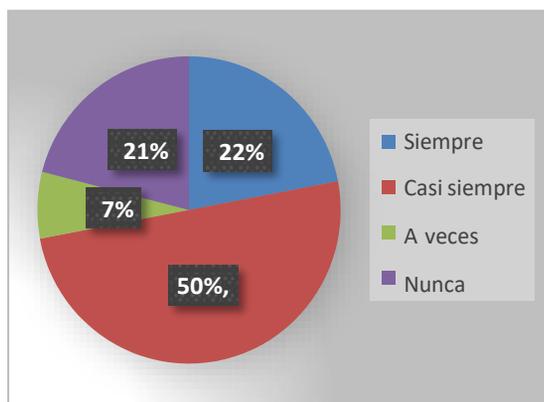
10. ¿Usted confía en la autenticidad de la información transmitida por el programa Pitazo Final?

Tabla 9. Autenticidad de la información

| VARIABLES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|-------------------|-------------------|
| Siempre | 90 | 22% |
| Casi siempre | 200 | 50% |
| A veces | 27 | 7% |
| Nunca | 83 | 21% |
| TOTAL | 400 | 100 % |

Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Gráfico 12. Autenticidad de la información



Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Análisis cualitativo:

El sondeo reveló que el 50% de los encuestados están casi siempre de acuerdo con el tratamiento de información del programa Pitazo Final, el 22% indicaron que siempre, el 7% a veces y el 21% no respondieron.

Análisis cualitativo:

En general, las opiniones recogidas de los encuestados reflejan su conformidad con la forma en que el programa "Pitazo Final" trata la información; no obstante, es necesario llevar a cabo una evaluación para determinar si existen errores en la gestión de la información y estar al tanto de las últimas noticias en el mundo deportivo.

6.1.2. Resultado de entrevistas

La técnica de la entrevista permitió conocer más a fondo el tipo de lenguaje, participación de la audiencia, tipo de información que se maneja dentro del programa y el orden de prioridad, etc.

Los entrevistados para esta investigación detallan a continuación:

1. Luis Granda-Locutor y comentarista
2. Renato Rojas-Locutor y comentarista
3. Leonardo Eras-Comentarista y analista

El programa es considerado uno de los más escuchados por los habitantes de la ciudad debido a su contenido variado y atractivo, transmitido en horario estelar. Luis Granda afirma que utilizan un lenguaje sencillo y considera que el programa es informativo. También destaca la importancia del uso de un lenguaje apropiado para el público, ya que es un factor clave para el éxito del programa. En este sentido, los productores deben ser cuidadosos al elegir el lenguaje que se emplea en el espacio deportivo, para asegurarse de que sea apropiado para la audiencia a la que se dirige.

Lic. Renato Rojas indica que el programa no promueve la participación de la audiencia, misma que no fortalece el vínculo entre los oyentes, los periodistas y el programa. Sin embargo, Lic. Leonardo Eras indica que el programa es objetivo y no tiene la intención de dañar a ninguna persona o institución. Este es un factor importante para garantizar la credibilidad del programa y mantener la confianza de los oyentes.

Los tres comentaristas consideran que el programa es informativo y utilizan un lenguaje expresivo adecuado para el público. Además, el programa transmite información objetiva sin la intención de dañar a ninguna persona o institución. Estos hallazgos pueden ser utilizados por los productores para mejorar el contenido del programa y fortalecer el vínculo con los oyentes.

6.1.3 Ficha de observación

A través de la ficha técnica de observación se logró analizar los procesos radiofónicos, importancia de las noticias, tipo de formatos y el lenguaje que se emplea en el programa.

Tabla 11.Ficha de Observación

| Ficha de Observación | | | | |
|---|--|---------|-------|--|
| Área de trabajo | Lugar: Programa deportivo Pitazo final | | | |
| Indicadores | Resultados | | | Comentario adicional |
| Criterio para la elección de la información deportiva | siempre | A veces | Nunca | |
| Veracidad | x | | | La actualidad y velocidad en la publicación de la información es vital en la página web. |
| Importancia | | x | | Las noticias más importantes suelen ser de los equipos de fútbol más grandes del país |
| Proximidad | | X | | |
| Retroalimentación | | | | |
| Comentarios en las publicaciones | | x | | |
| Likes | X | | | |
| Buzón de sugerencias | | | X | No existe la opción en la plataforma |
| Encuestas | | | X | No lo han utilizado |
| Uso de redes sociales | | | | |

| | | | | |
|------------------------|---|---|--|---|
| Facebook | X | | | -Se utiliza más para la inmediatez de la información -Es la plataforma que ingresa más visitas |
| Twitter | | X | | |
| Instagram | | X | | |
| YouTube | | X | | |
| Tipo de formato | | | | |
| Video | X | | | Es el principal formato que se usa para alimentar el contenido |
| Imagen | | X | | |
| Audio | X | | | Si utiliza audio |

| | | | | |
|-------------------------|---|---|---|--|
| Tipo de Lenguaje | | | | |
| Formal | | X | | |
| Informal | X | | | Utilizan un lenguaje informal para llegar a su audiencia |
| Entrevistas | X | | | |
| Notas | | x | | |
| Reportajes | | | x | |

Elaborado: Lissette Estefanía Balcázar Granda

7. Discusión

El objetivo general y los objetivos específicos de este trabajo de investigación fueron determinados a través de entrevistas y encuestas realizadas a la población de la ciudad de Loja, respectivamente. Los resultados obtenidos de estas herramientas serán evaluados y usados para establecer una conexión entre ellos.

El objetivo general planteado fue:

Analizar el contenido del programa Pitazo Final emitido por la radio municipal de Loja 90.1FM para comprender la interpretación y procesamiento de la información deportiva.

Se ha verificado el objetivo general a través de las preguntas 7, 8 y 10 donde estas preguntas hacen referencia al programa "Pitazo Final" mencionado previamente en el texto, el cual es un programa deportivo radial que se transmite por la Radio Municipal de Loja 90.1 FM. La pregunta 7 se refiere a los diferentes formatos que utiliza este programa, como entrevistas, noticias y opinión. La pregunta 8 se refiere a si el lector se siente identificado con el estilo periodístico utilizado en el programa. Y la pregunta 9 hace alusión si los lectores creen que el papel de la radio en la cobertura de eventos deportivos en general es importante, así como de la interacción con los periodistas respecto a las preguntas 1, 3 y 4; de esta manera, se ha generado un tratamiento de la información que es objetivo y veraz para alcanzar a su audiencia.

Objetivos específicos

- **Definir el proceso de emisión en el que el programa obtiene la información deportiva**

Tras la evaluación y análisis realizados, el objetivo específico inicial ha sido puesto de manifiesto mediante las preguntas 1 y 3 de la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Loja. La pregunta 1 hace referencia a la frecuencia con la que escuchan el programa deportivo

los habitantes de la ciudad de Loja. Y la pregunta 3 menciona si el programa es netamente informativo, así como las preguntas 5 y 6 de la entrevista a los periodistas. La pregunta 5 se refiere al tipo de fuentes que manejan para constatar la información. La pregunta 6 hace referencia a la prioridad y el orden de la información dentro del espacio. El propósito de estos formatos es promover una mayor interacción con el público, por lo que el único formato establecido es la entrevista.

- **Determinar el tipo de lenguaje utilizado en el programa**

En el segundo objetivo se ha observado, a través de la pregunta 2 y 4 de la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Loja.

La pregunta 2 señala, si en el programa se emplea un lenguaje expresivo para transmitir la información deportiva. Y la pregunta 4 hace alusión al uso adecuado del lenguaje verbal para llegar al público al que se dirige y la pregunta 1 de las entrevistas, muestra que el programa emplea un lenguaje informal, porque se trata de un estilo libre, donde el público se siente identificado con los comentaristas.

- **Describir el papel de la radio en las noticias deportivas locales**

Se comprueba este objetivo específico mediante la pregunta 9, y un alto porcentaje como respuesta sugiere que se reconoce la importancia de la radio al transmitir los eventos deportivos, debido al profesionalismo demostrado por los gerentes y trabajadores de la misma.

8. Conclusiones

- La estrategia de comunicación empleada por el programa radial Pitazo Final tiene como objetivo educar y entretener a su audiencia, se ha observado que el programa maneja comentarios que generan controversia, siempre los trata con respeto y busca utilizar un enfoque alegre y tranquilizador para la audiencia. En general, se puede determinar que la información que transmite es neutral y no tiene finalidad de perjudicar a nadie.
- El lenguaje utilizado en el programa de radio es descriptivo e informal, lo cual se debe a que su público objetivo está conformado por hombres y mujeres de círculos sociales de clase media que disfrutan del deporte, y utilizan un lenguaje sencillo y fácil de comprender para llegar a una audiencia amplia.
- La radio es uno de los medios deportivos más sintonizados, especialmente en lo que respecta al fútbol, esto se debe a que cumple con la función básica de intercambio de información, además, permite que las audiencias escuchen información mientras participan en otras actividades, fortaleza que es aprovechada por el programa Pitazo Final y así lograr una aceptación en el público.
- Se concluye que se necesita fomentar la participación de la audiencia durante la transmisión radiofónica para crear una sensación de comunidad y pertenencia.
- Los resultados obtenidos indican que la audiencia de Pitazo Final se siente identificada la mayor parte del tiempo con el contenido del programa y la información transmitida es precisa y objetiva gracias a las entrevistas que los periodistas realizan en el espacio.

9. Recomendaciones

De acuerdo a los resultados del estudio, se presentan las siguientes recomendaciones

- Para que el público conozca y comprenda mejor el contexto social del programa, es importante agregar nuevos formatos al programa como reportajes y análisis de temas referentes al deporte local y regional. Esto permite opciones que atraen a diferentes audiencias o fomentan una mayor interacción pública.
- Para evitar cualquier tipo de violencia y difundir información falsa, los comentaristas deportivos, que actúan como creadores de realidad y de opinión pública, necesitan examinar y profundizar en el tema en cuestión, mediante la Investigación de antecedentes, Identificación de formatos, Análisis de contenido, Examen de la función de la radio en la transmisión de eventos deportivos.
- Para tener más interacción con la audiencia, se recomienda motivar, incentivar de mejor manera la participación en las distintas redes sociales con premios, a través de llamadas en vivo, mensajes, permitiendo la participación activa de los oyentes durante la transmisión.
- Se recomienda a los responsables del programa Pitazo Final realizar un rediseño de la estructura del programa, mediante una Investigación de audiencia del mismo, para mejorar la imagen e información brindada, así como introducir nuevos formatos como; chat en vivos, reportajes y llamadas en vivo para interactuar mejor con su audiencia.

10. Bibliografía

Agüero, P. M. (2020). La comunicación interpersonal. Bretones, M. T. (2019). Los medios de comunicación. Obtenido de: <https://urlzs.com/MbwPH>

Cardenas, P., & Argudo, F. (2022). Análisis de los géneros periodísticos . Revista Killkana Sociales.

Cebrían, C. (2019). Las claves de la comunicación interpersonal. UNIR.Obtenido de: <https://bit.ly/43m22zd>

Contreras, O., & Garibay, N. (2020). Comunicación Organizacional. Scielo. Cruz, L. (2019). Proceso de Comunicación. Enciclopedia Tematica.Obtenido de: <https://bit.ly/3nZKA3s>

Folgueiras, P. (2019). Técnica de recogida de información: La entrevista. Gómez, J., & Simón, F. (2019). La Comunicación. Salus.Obtenido de: <https://bit.ly/3mk1WHO>

Gutiérrez, I., F.Ruiz, & C.Robayo. (2019). Un concepto básico como la Comunicación. ResearchGate.Obtenido de: <https://bit.ly/3KxxMsW>

López, P., & A. Vaca. (2017). La transparencia en las televisiones del Ecuador: una revisión legal de la información pública. Consejo de la comunicación.Obtenido de: <https://bit.ly/3mpxXhN>

Mesa, R. Y. (2019). La noticia y la entrevista . Ámbitos. Moreno, D. I. (2020). La radio como recurso didáctico. <https://bit.ly/3UrvK0>

Quintuisaca, I. (2020). Memoria técnica de producto comunicativo. Repositorio Universidad Salesiana. Radio Municipal Loja. (s.f.). Radio Municipal.

Reyna, S. G. (2019). La comunicación persuasiva como instrumento para él . Scielo.

Rodero, E. (2020). La radio: el medio que mejor se comporta en la crisis.Obtenido de: <https://bit.ly/41eZZLB>

Rodríguez, P. (2021). Historia de la Radio ; Orígenes primeros receptores.Obtenido de: <https://bit.ly/3Kol3Zd>

Rojas, J., & Touran, C. (2019). Periodismo deportivo automatizado. Estudio de caso de AnaFut, el bot desarrollado por El Confidencial para la escritura de crónicas de fútbol. CEU BIBLIOTECA.

Salaverría, R. (2019). Los primeros periódicos se imprimieron en el siglo XVI, marcando el comienzo del periodismo. Las noticias locales, políticas y comerciales fueron los principales temas de publicación de estos primeros periódicos. Los periódicos ganaron popularidad y el *Profesional de la información*.

Salazar, Y. (2019). LA PUERTA DENTRADA A LA CIUDAD DE LOJA: Obtenido de: <https://bit.ly/3GUj9in>

Sousa, V., Capoano, E., Rodrigues, P., & Paganott, I. (2022). Cómo los periodistas, las audiencias y los procesos . *Universitas*. Obtenido de: <https://bit.ly/3Ki9SRK>

Vargas, R. H. (2019). Reportaje: la metodología del periodismo. *Comunicación*. Obtenido de: <https://bit.ly/3GxZlkm>

Vergara, L. G. (2019). Habermas y la teoría de acción comunicativa. *Razón y palabra*. Obtenido de: <https://bit.ly/41h0tAV>

Yepez, J. D. (2021). Estudio comparativo de notas periodísticas de fútbol. *Repositorio digital Universidad politécnica Salesiana*.. Obtenido de: <https://bit.ly/3Mw8Sw3>



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN**

COMUNICACIÓN

PROPUESTA ALTERNATIVA

Rediseño del programa “Pitazo Final” de la radio municipal 90.1 FM de la ciudad de Loja.

AUTORA:

Lisette Estefanía Balcázar Granda

DIRECTOR:

Lic.Sybel Enrique Ontaneda Andrade; Mg. Sc

LOJA- ECUADOR

Título: Rediseño del programa “Pitazo Final” de la radio municipal 90.1 FM de la ciudad de Loja.

Introducción

La propuesta planteada tiene como finalidad dar un nuevo enfoque al programa radial Pitazo Final transmitido por la emisora municipal 90.1 FM, con el objetivo de mejorar el procesamiento de la información deportiva local, nacional e internacional y mostrar nuevos formatos que fortalezcan la interacción con el público. El programa está diseñado para informar, entretener a la audiencia y fomentar su participación. Además, los radioescuchas tienen la oportunidad de opinar sobre una amplia variedad de temas, formando un patrón de personalidad que está influenciado no solo por los medios, sino también por el contexto social y cultural.

El lenguaje utilizado es sencillo e interesante y pretende llegar a un público amplio. Los contenidos se obtienen de fuentes primarias o secundarias como internet y redes sociales, que facilitan la recopilación de noticias deportivas. Sin embargo, esta información no siempre es contrastada, generando desconfianza en algunos oyentes. Por lo tanto, mediante el rediseño del programa se pretende garantizar una imagen y un contenido de calidad, contribuyendo así a fortalecer la interacción con los radioescuchas.

OBJETIVOS

Objetivo general

Optimizar el formato y la presentación de los contenidos del programa "Pitazo Final" para crear una mayor interacción con los oyentes.

Objetivos específicos

- Incrementar nuevos formatos durante la transmisión del programa
- Permitir a los oyentes identificar las principales temáticas deportivas abordadas en el programa

- Permitir una cobertura precisa crítica de los principales eventos deportivos locales, nacionales e internacionales

Antecedentes y justificación

El programa Pitazo Final es un espacio donde se abordan temas relacionados con el deporte, especialmente aquellas relacionadas con el fútbol. La acogida de las personas de estrato social medio y medio bajo ha sido amplia, pues el lenguaje empleado es informal y sencillo para que todos los radioescuchas puedan entender la información.

El formato del programa es dinámico, alegre y original, dado que no sigue un esquema predeterminado. Pero para que un programa tenga éxito, cada detalle debe planificarse cuidadosamente en función de la investigación del público y las necesidades de la información deportiva.

Por ello, se justifica la presente propuesta que pretende implementar planes de trabajo a corto y mediano plazo, implementar estrategias de ejecución y evaluar el espacio. Rediseñar el programa Pitazo Final es una solución ideal para implementar nuevos formatos y mantener los elementos positivos que lo han caracterizado, a la vez que se genera mayor participación con los radioescuchas y se atrae a un mayor número de público.

Beneficiarios

Los usuarios que se ven favorecidos por esta iniciativa son los oyentes del programa "Pitazo Final", los comentaristas, que intervienen en él y la estación de radio municipal 90.1 Fm.

Factibilidad de la propuesta

Es viable realizar el rediseño del plan Pitazo Final, pues se cuenta con los datos requeridos. Los periodistas que colaboran en el programa también aportarán sus sugerencias para mejorar la presentación de noticias.

Diseño del programa “Pitazo Final”

Tabla 12.Datos generales del programa

| | |
|--|--|
| Nombre del programa | Pitazo Final |
| Responsable del programa (Director) | Lisette Estefanía Balcázar Granda |
| Equipo de trabajo | Luis Granda Renato Rojas Leonardo Eras |
| Duración del programa | 120 minutos |
| Horario | 06h00 a 08h00 am |
| Frecuencia | Lunes a viernes |
| Género | Deportivo |
| Emisora | Radio municipal de Loja |
| Audiencia | Conductores profesionales, personas que conducen o toman el transporte público, personas que se levantan temprano para realizar las tareas del hogar |
| Bloques | El espacio constará de 4 segmentos, cada uno con una duración de 24 minutos. Entre cada bloque habrá publicidad dividida en cuatro espacios comerciales de 5 minutos cada uno. El resto del tiempo se dedica a la música suave y despedida, es decir, 4 minutos |

Elaboración: Lisette Estefanía Balcázar Granda

Organización y estructura del programa “Pitazo Final”

Tabla 13. Organigrama del programa

| Hora | Bloque | Tiempo de bloque |
|-----------------|--|-------------------------|
| 06:00:00 | Apertura de la transmisión en vivo y la introducción de la emisión radiofónica | 1 minuto 30 segundos |
| 06:01:30 | Bienvenida por parte del locutor | 5 minutos |
| 06:06:30 | Espacio publicitario | 5 minutos |
| 06:11:30 | Presentación del equipo de — Pitazo Final | 4 minutos |
| 06:15:30 | Cortina musical | 15 segundos |
| 06:15:45 | Información sobre los eventos deportivos | 5 minutos |
| 06:20:45 | Llamadas e interacción en vivo | 4 minutos |
| 06:24:45 | Comentarios entre los | 6 minutos |
| 06:30:45 | Cortina musical | 15 segundos |
| 06:31:00 | Espacio publicitario | 5 minutos |

| | | |
|-----------------|--|-------------|
| 06:36:00 | Continúa información sobre el fútbol ecuatoriano(entrevistas realizadas jugadores, Etc.) | 7 minutos |
| 06:42:00 | Retroalimentación de las noticias por parte de los periodistas | 5 minutos |
| 06:47:00 | Cortina musical | 15 segundos |
| 06:47:15 | Invitado al programa y música alegre | 8 minutos |
| 06:55:15 | Llamadas e interacción en vivo | 4 minutos |
| 06:59:15 | Espacio publicitario | 5 minutos |

| | | |
|-----------------|---|-------------|
| 07:04:15 | Cortina musical | 15 segundos |
| 07:04:30 | Información de fútbol Internacional | 5 minutos |
| 07:09:30 | Ecuatorianos en el Exterior | 5 minutos |
| 07:15:30 | Cortina musical | 15 segundos |
| 07:15:45 | Retroalimentación de las noticias por parte de los periodistas | 5 minutos |
| 07:20:45 | Llamadas e interacción en vivo | 4 minutos |
| 07:24:45 | Cronología sobre algún tema deportivo actual | 5 minutos |

| | | |
|-----------------|---|-------------|
| 07:29:45 | Espacio publicitario | 5 minutos |
| 07:34:45 | Cortina musical | 15 segundos |
| 07:35:00 | Temas relacionados con el baloncesto, vóley, natación, fútbol femenino, tenis, etc. | 8 minutos |

| | | |
|-----------------|---|-----------|
| 07:43:00 | Emisión de un reportaje sobre algún tema deportivo actual | 6 minutos |
| 07:49:00 | Retroalimentación por parte de los periodistas | 5 minutos |
| 07:54:00 | Despedida de cada miembro del equipo de — Pitazo Final | 5 minutos |
| 07:59:00 | Spot de despedida | 1 minuto |

Elaboración: Lissette Estefanía Balcázar Granda

Definición de los bloques del programa “Pitazo Final”

Como se mencionó anteriormente, el pitazo final consta de cuatro bloques o secciones. Cada uno se detalla a continuación, considerando el tema tratado, el formato utilizado y la disponibilidad de radioescuchas.

Bloque N.º 1

Entre las 6:00 y las 6:30 a. m. es cuando se transmitirá el primer segmento del programa, -Pitazo Final. El spot de presentación del programa da inicio al bloque, luego del cual el presentador Luis Granda da la bienvenida a todos los oyentes y presenta los temas generales que se tratarán durante el programa en su característico lenguaje expresivo y directo. El primer bloque de comerciales se presenta justo después de eso.

Después de la pausa comercial, el periodista presenta a cada miembro del grupo de trabajo. La comunicación con los miembros del equipo siempre debe ser animada, divertida y entretenida porque el humor se ha convertido en un componente muy importante en la esencia de la transmisión deportiva. Después de la música alegre, se comenta información sobre el campeonato de fútbol de Ecuador: partidos, resultados, jugadores famosos, el día siguiente, partidos polémicos, etc.

Aquí, los radioescuchas pueden llamar a la emisora para unirse al programa con comentarios, opiniones, críticas e incluso eventos sobre el tema de actualidad; Además, los espectadores pueden descubrir eventos deportivos adicionales si la historia lo permite. A continuación, se publica el siguiente bloque de anuncios

Bloque N 2

Tendrá lugar de 06:36 a 06: 59. En el segundo bloque se elaborarán preguntas relacionadas con el campeonato ecuatoriano de futbol en entrevistas a futbolistas, entrenadores y oficiales después de eventos deportivos. A partir de aquí comienza la discusión entre los periodistas que cubren el programa, expresando cada uno su punto de vista sobre los diferentes partidos, dada la variedad de opiniones, la polémica, puede incluir un toque de humor para inspirar una sonrisa, siempre que sea aceptable y con respeto con esto atrae la atención de la audiencia.

Tras ello, los invitados del programa dan paso. Este invitado puede ser jugador, gerente, entrenador de equipo, aficionado, oyente leal cualquier otra persona relacionada con el deporte. Puede discutir varios temas con sus invitados, incluido lo que hacen, si son fanáticos del fútbol, si practican deportes, que hacen en su tiempo libre y anécdotas.

Las audiencias se identifican con diferentes invitados cuando identifican experiencias, rasgos y actividades similares en sus presentaciones, se utiliza música animada, cuando los invitados se unan al espacio deportivo, para que el ambiente sea más agradable. En este segmento, los oyentes también tienen la oportunidad de comentar sobre temas tratados con los invitados y deporte en general. Luego se procede a un tercer bloque comercial.

Bloque N.º 3

El horario es de 7:04 a 7:29. El tercer bloque comienza con la información del deporte internacional. Aquí, los periodistas comentarán temas relacionados con eventos internacionales como la Copa Sudamericana, Copa Libertadores, UEFA Champions League, Copa de la UEFA y eliminatorias mundialistas (dependiendo de la temporada). Durante cada juego, se discutirán los resultados clave, los jugadores destacados, los próximos juegos y las características controvertidas del juego. Si la selección ecuatoriana participa en alguna de las competencias (Copa Libertadores y Copa Sudamericana), la información al respecto tiene prioridad.

A continuación, analizamos la participación del ecuatoriano en el exterior, las últimas jornadas, el número de goles marcados y el rendimiento general. Si los jugadores ecuatorianos juegan en el extranjero en alguna de las competencias antes mencionadas, también se discutirán sus posibilidades de avanzar en esas competencias. Posteriormente, los televidentes tendrán la oportunidad de reincorporarse al programa, conversar con los periodistas y comentar la participación de Ecuador en diversas competencias mundiales y el fútbol en el exterior.

Y participar en noticias deportivas. Por ejemplo, cómo los aficionados experimentan el partido desde las gradas, cómo está terminado el estadio, etc. Luego está el último bloque.

Bloque N° 4

El último bloque es de 07:35 a 07:59. Esta sección cubre temas relacionados con baloncesto, tenis, voleibol, natación, atletismo y más. En términos de baloncesto, la atención se centra en la Liga Nacional de Baloncesto, los Juegos Nacionales y las Finales de la NBA. Cuando se trata de tenis, seguir los diferentes eventos alrededor del mundo y la participación de los ecuatorianos. En cuanto a otros deportes, como voleibol, atletismo, natación y ciclismo, también se informará sobre la participación mundial de deportistas ecuatorianos en diversas competencias y eventos afines, y se publicará información sobre el campeonato nacional de fútbol femenino.

A continuación, verás coberturas (pregrabadas) de la actualidad deportiva, como los problemas económicos del fútbol ecuatoriano, testimonios de jugadores, presidentes de clubes y la FEF. Luego, los periodistas comentan sobre los temas tratados en los informes y transmisiones. Finalmente, cada integrante del equipo de Pitazo se despide del público y el espacio termina con una canción alegre (salsa, cumbia o merengue).

Ejecución de la propuesta

Una vez aprobada la propuesta alternativa se propondrá a los productores del programa deportivo, ejecutar el nuevo formato del espacio, para efecto se pone a consideración el siguiente cronograma.

| CRONOGRAMA PROPUESTA ALTERNATIVA | | | | | | | | | |
|---|--------------|----------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|---------------|--|
| | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | |
| Presentación y revisión de la propuesta | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Aprobación Y validación de la Propuesta | | | | | | | | |
| Ejecución de la propuesta: Salida al aire el programa | | | | | | | | |

Anexo 2. Encuesta



CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Encuesta.

Estimado ciudadano, Sra. (r) con la finalidad de continuar con mi trabajo de investigación titulado: Análisis de contenido del programa deportivo -pitazo final transmitido por la radio municipal 90.1 Fm de la ciudad de Loja periodo octubre 2021-enero 2022, solicito a usted de la manera más comedida y respetuosa responder con sinceridad las siguientes interrogantes:

DATOS GENERALES

Género: Femenino () Masculino () otro ()

Nivel de instrucción: Primaria () Secundaria () Superior ()

1. ¿Con qué regularidad usted escucha el programa Pitazo Final?

Siempre ()

Casi siempre ()

A veces ()

Nunca ()

2. ¿Cree usted que el programa Pitazo Final maneja un lenguaje neutral?

Si ()

No ()

Porque.....

9.¿Cree usted que la emisora radial juega un importante papel en la transmisión de eventos deportivos?

Si () No ()

Porque.....

10.¿Usted confía en la autenticidad de la información transmitida por el programa Pitazo Final?

Siempre ()

Casi siempre ()

A veces ()

Nunca ()

Gracias por su colaboración

Anexo 3. Entrevista-Comentaristas

PREGUNTAS

1. ¿Qué tipo de lenguaje se utiliza al momento de transmitir la información?
2. ¿Cuál es su grupo objetivo del programa?
3. ¿Cuáles son los formatos que se utiliza en el programa Pitazo Final?
4. Considera que se encuentra posicionado el programa Pitazo Final
5. ¿Qué tratamiento se le da a la información en el programa?
6. ¿Cuáles son las fuentes que manejan dentro del programa?
7. ¿Qué información se prioriza en el programa y cuál es el orden de prioridad?
8. ¿Cuál es la finalidad del programa?
9. ¿Cuál es la importancia radial en el ámbito deportivo?



Oficio No.809-D-CCS-FEAC-UNL

Loja, 18 de noviembre de 2021

Magister.

Sybel Ontaneda Andrade.

**DOCENTE DE LA FACULTAD DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

Ciudad.-

De mi consideración:

De conformidad a lo dispuesto en los Art. 134 y 135 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, me permito remitir a usted el Proyecto de Tesis titulado: **Análisis de contenido del programa “Pitazo final” transmitido por la radio municipal 90.1 FM de la ciudad de Loja periodo octubre 2021-enero 2022.**, de autoría de la señorita: **Lissette Estefanía Balcázar Granda**, estudiante de la Carrerade Comunicación; a fin de que en un plazo de ocho días hábiles, luego de su análisis y revisión correspondiente se emita el Informe de **Estructura y Coherencia** del mencionadoproyecto, mismo que deberá ser coherente con las líneas de investigación de la Carrera, Aprovecho esta oportunidad para expresarle los sentimientos de mi consideración y estima personal

Atentamente,

**EN LOS TESOROS DE LA SABIDURIA
ESTA LA GLORIFICACION DE LA VIDA**



Firmado electrónicamente por:

**HEVER
SANCHEZ**

Mgs. Hever Sánchez Martínez.

DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

HSM/so.

C.c. Interesada, Archivo.

Ciudad Universitaria “Guillermo Falconí Espinosa”

Telefax 2547192

Loja, 27 de enero de 2022

Licenciado

Hever Sánchez Martínez, Mg. Sc.

DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNL.

Ciudad.-

De mis consideraciones:

En atención al oficio No.809-D-CCS-FEAC-UNL Loja, con fecha 18 de noviembre de 2021, en el que se solicita emitir el informe de pertinencia en base a lo que dispone los Art. 134 y 135 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, respecto al Proyecto de Tesis titulado: **Análisis del contenido del programa deportivo Pitazo Final transmitido por la Radio Municipal 90.1 FM de la ciudad de Loja, durante el periodo: octubre 2021-enero 2022.** de autoría de la señorita: Lissette Estefanía Balcázar Granda, estudiante de la Carrera de Comunicación Social; al respecto, me permito emitir el siguiente informe:

- La estructura y coherencia del mencionado proyecto, guarda coherencia con las líneas de investigación de la Carrera.
- El objeto de estudio, es importante y trascendente para el periodismo especializado en la provincia de Loja y el país en el contexto del deporte.
- La autora del proyecto, demostró su predisposición para acoger las sugerencias previamente señaladas.

Con estas consideraciones, me permito emitir el informe favorable de **pertinencia**, a fin de que la señorita postulante continúe con el desarrollo de la investigación, salvando su más ilustrado criterio.

El presente informe lo pongo a consideración para los fines pertinente.

Atentamente



Firmado electrónicamente por:

SYBEL ENRIQUE

ONTANEDA

ANDRADE

Lic. Sybel Ontaneda Andrade, Mg Sc

DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

CERTIFICACIÓN DE TRADUCCIÓN

Doctora.

Erika Lucía González Carrión, Ph.D.

Docente de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja

CERTIFICO:

En mi calidad de traductora del idioma Inglés, con capacidades que pueden ser probadas a través de las traducciones realizadas para revistas de alto impacto como: Comunicar(Q1):<https://bit.ly/3v0JggL> así como a través de la Certificación de conocimiento del Inglés, nivel B2, que la traducción del Resumen (Abstract) del Trabajo de Titulación denominado: Análisis de contenido del programa deportivo Pitazo Final transmitido por la Radio Municipal 90.1 FM de la ciudad de Loja, durante el periodo: octubre 2021-enero 2022.

de la autoría de la señorita estudiante: **Lisette Estefanía Balcázar Granda**, con CI: 1150753935, es correcta y completa, según las normas internacionales de traducción de textos.

Es cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada, señorita **Lisette Estefanía Balcázar Granda**, hacer uso legal del presente, según estime conveniente.

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:



**Erika Lucía
González Carrión**

Dra. Erika González Carrión. PhD.
Docente de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación