



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

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

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TÍTULO

“MEJORAMIENTO DE LA SINTONÍA DEL
PROGRAMA UV DEPORTES DE UV
TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Autora:

Gladys Karina Saraguro Zhigui

UNL-AEAC

070.195

S243m

Director:

Ing. Wilman Merino Alberca Mg.Sc.

Loja-Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN

Ing Wilman Merino Alberca., Mg.Sc

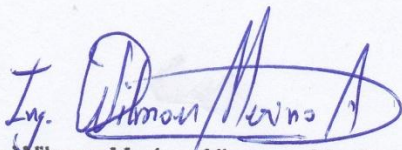
**DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

CERTIFICA:

Haber dirigido, asesorado revisado, orientado con pertinencia y rigurosidad científica en todas sus partes, en concordancia con el mandato del Art. 139 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, el desarrollo de la Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, titulada: "MEJORAMIENTO DE LA SINTONÍA DEL PROGRAMA UV DEPORTES DE UV TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA", de autoría de la Sra. Gladys Karina Saraguro Zhigui. En consecuencia, el informe reúne los requisitos, formales y reglamentarios, por lo tanto autorizo su presentación para su defensa y sustentación ante el tribunal correspondiente.

Loja, 22 de junio de 2015

f.)


Ing Wilman Merino Alberca., Mg.Sc

DIRECTOR

AUTORIA

Yo, Gladys Karina Saraguro Zhigui, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional- Biblioteca Virtual.

Autora: Gladys Karina Saraguro Zhigui

Firma: 

Cédula: 1104912801

Fecha: 22 de junio de 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

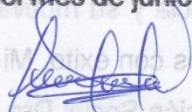
Yo, Gladys Karina Saraguro Zhigui, declaro ser autora de la tesis titulada "MEJORAMIENTO DE LA SINTONÍA DEL PROGRAMA UV DEPORTES DE UV TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA", como requisito para optar el grado de licenciada en ciencias de la comunicación social, autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad 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 RDI, 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 plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, firmo en la ciudad de Loja, a los 30 días del mes de junio de dos mil quince, firma la autora.

Firma:



Autora: Gladys Karina Saraguro Zhigui

Número de cédula: 1104912801

Dirección: Turunuma Alto (Bilbao y Valencia)

Correo electrónico: Karina06saraguro@gmail.com

Teléfono: 0967298684

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Ing. Wilman Merino Mg.Sc

Presidente: Lic. José Iñiguez Cartagena Mg.Sc

Primer vocal: Lic. Jaime Flores Mg.Sc

Segundo Vocal: Lic. Héver Sánchez Mg.Sc

AGRADECIMIENTO

A través de estas sencillas palabras, expreso mi más profunda y sincera gratitud a Dios por ser el principal artífice de mi vida y de mis metas, así mismo agradezco con toda la fuerza de mi corazón, a mi MADRE, a mi PADRE, a mi ESPOSO, y mis SUEGROS, por su apoyo incondicional y amor constante, porque por ellos he llegado hasta el sitio en el que hoy me encuentro, de igual manera hacer un franco reconocimiento a mis hermanas/o, por su ayuda en todo mi proceso de formación y por el afecto que siempre me ostentaron.

También quiero hacer extensiva mi eterna gratitud a las AUTORIDADES, DOCENTES Y ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA por la apertura y colaboración manifestada durante el desarrollo de mi tesis, por las facilidades prestadas en la realización de la investigación; y a las personas que participaron en las encuestas. Y finalmente, agradezco a todos mis MAESTROS que con sus enseñanzas y conocimientos me supieron guiar en mi formación académica, especialmente al director de mi tesis, Ing. Wilman Merino por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito. Mi gratitud a la coordinadora de la Carrera de Comunicación Social Dra. Bélgica Aguilar.

GLADYS KARINA SARAGURO ZHIGUI

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado primeramente a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el período de estudio, a mi **Esposo y mi hijo André** porque con su sacrificio y amor he logrado cumplir mis metas, y porque ellos han sido mi mayor inspiración y son quienes más amo en esta vida.

Gladys Karina

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN										
BIBLIOTECA: ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN										
TIPO DE DOCUMENTO	NOMBRE DEL AUTOR Y DE LA TESIS	FUENTE	FECHA Y AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO					OTRAS DESAGREGACIONES	NOTAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIAS URBANAS		
TESIS	Gladys Karina Saraguro Zhigui “MEJORAMIENTO DE LA SINTONÍA DEL PROGRAMA UV DEPORTES DE UV TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA”	UNL	2015	ECUADOR	Zona 7	LOJA	LOJA	Sucre, Sagrario, San Sebastián y el Valle.	CD	Lic. En Ciencias de la Comunicación Social

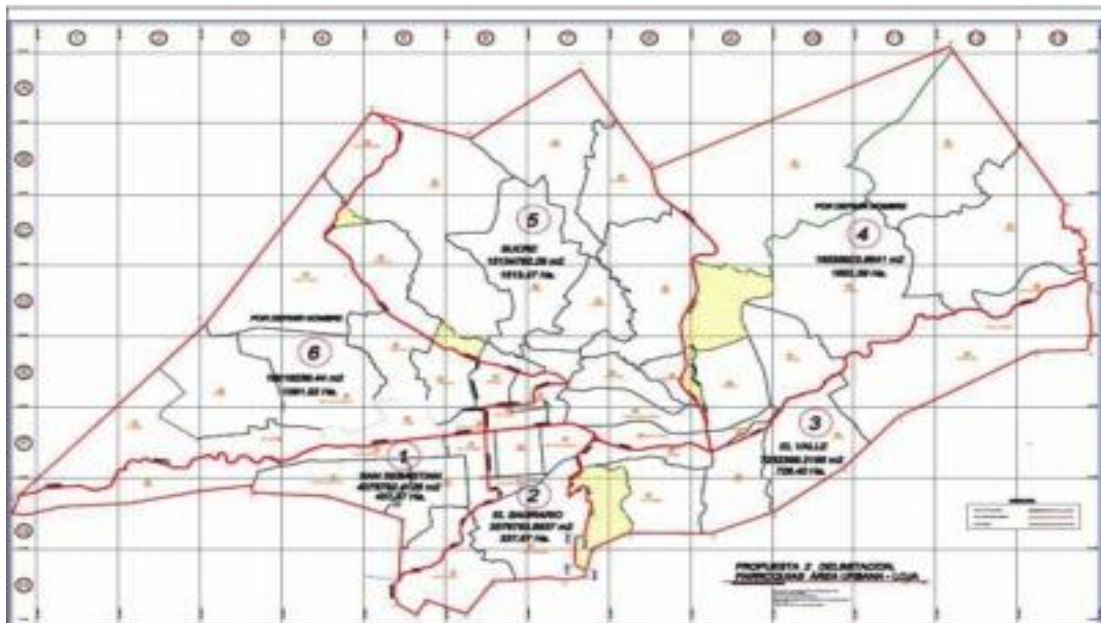
MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA CIUDAD DE LOJA



FUENTE: www.google.com

CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN



FUENTE: www.google.com

ESQUEMA DE TESIS

- i. PORTADA
- ii. CERTIFICACIÓN
- iii. AUTORÍA
- iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
- v. AGRADECIMIENTO
- vi. DEDICATORIA
- vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
- viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

ESQUEMA DE TESIS

- a. TITULO
- b. RESUMEN (CASTELLANO E INGLÉS)
- c. INTRODUCCIÓN
- d. REVISIÓN DE LITERATURA
- e. MATERIALES Y MÉTODOS
- f. RESULTADOS
- g. DISCUSIÓN
- h. CONCLUSIONES
- i. RECOMENDACIONES
- j. BIBLIOGRAFÍA
- k. ANEXOS

a. TÍTULO

“MEJORAMIENTO DE LA SINTONÍA DEL PROGRAMA UV DEPORTES DE
UV TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA”

b. RESUMEN

La presente investigación se realizó en el período comprendido entre los meses de marzo a julio del 2014, en las instalaciones del referido canal del cantón y provincia de Loja, para dar respuesta al siguiente problema: ¿cómo se debe mejorar la sintonía del programa Uv deportes de Uv televisión de la ciudad de Loja?

El objetivo general que se persiguió fue: Ampliar la sintonía del programa UV Deportes de UV Televisión de la ciudad de Loja cualificando sus emisiones para un mejor aprovechamiento de los televidentes.

Entre los principales métodos que se utilizaron en el transcurso de la investigación fueron: el descriptivo, que sirvió para caracterizar la realidad investigada; estadístico, para tabular los datos obtenidos y medir los ítems de las variables, con ello se facilitó el análisis correspondiente; el analítico y sintético que ayudaron a recopilar información, procesarla y analizarla para argumentar las categorías y conceptos y luego ubicarlas en el marco teórico.

Además se utilizaron técnicas como la observación, encuestas y entrevista. Las encuestas fueron aplicadas a 125 personas relacionadas con el ámbito del deporte: dirigentes deportivos, alumnos de los clubes, entrenadores de fútbol, entrenadores de Federación Deportiva Provincial de Loja –FDPL- y deportistas destacados. La entrevista fue hecha al director del programa UV deportes, Lic. José Iñiguez Cartagena.

Finalmente en la investigación se realiza algunas recomendaciones que serán de ayuda para mejorar el programa deportivo; así como se formula la propuesta de: Restructuración del guión y Set del Programa Uv Deportes del canal Uv Televisión de la ciudad de Loja, con la cual se aspira responder de algún modo a las expectativas de los televidentes.

Palabras claves

Deportes, Escenografía, Mejoramiento, Periodismo Deportivo, Sintonía, Televisión.

ABSTRACT

This research was conducted in the period from March to July 2014, on the premises of the channel aforementioned of the canton and province of Loja, in response to the following problem: How to improve the tuning of the Sports UV program of the channel television Uv of Loja?

The general objective pursued was: Expand the tune of Sports UV program of the channel television Uv of Loja qualifying their emissions for a better use of viewers.

Among the main methods used in the course of the investigation they were: the descriptive, which served to characterize the reality investigated; statistics, to tabulate the data and measure the items of variables, so the corresponding analysis is provided; analytical and synthetic who helped to gather information, process and analyze it to argue categories and concepts and then place them in the theoretical framework.

In addition techniques were used as observation, surveys and interviews. The surveys were applied to 125 people related to the field of sport: sports leaders, pupils of clubs, football coaches, trainers of the Loja Provincial Sports Federation -FDPL- and outstanding athletes. The interview was conducted by Sports UV program director, Grad. José Iñiguez Cartagena.

Finally in the research is performed some recommendations that will help to improve the sports program; and the proposal of Restructuring of the script and Set of the Sports UV program of the channel television Uv of the city of Loja, which aims to respond in any way to the expectations of viewers.

Keywords

Sports, Scenery, Improvement, Sports Journalism, Tuning, Television.

c. INTRODUCCIÓN

La comunicación es parte del desarrollo humano, con ella podemos dar a conocer nuestras ideas, pensamientos, y sentimientos que influirán en la sociedad dependiendo del estatus social que ocupen. La comunicación siempre ha sido y será una herramienta de mucha ayuda para el adelanto de la sociedad.

En este contexto se ubica nuestro objeto de investigación y a través del mismo se buscó determinar el nivel de sintonía del programa Uv Deportes de Uv televisión de la ciudad de Loja, por lo que se planteó el siguiente objetivo general: Ampliar la sintonía del programa UV Deportes de UV Televisión de la ciudad de Loja, cualificando sus emisiones para un mejor aprovechamiento de los televidentes.

Para alcanzar el objetivo de investigación señalado, fue necesario utilizar métodos como el descriptivo, estadístico, analítico y sintético que ayudaron a recopilar información, procesarla y analizarla para ayudar a argumentar el marco teórico. Además se utilizaron técnicas como la encuesta y entrevista, que fueron de mucha ayuda para llegar a elaborar las conclusiones y recomendaciones.

La muestra para el proceso investigativo estuvo conformada por informantes de calidad a quienes se les aplicó encuestas que proporcionalmente al número de integrantes fueron distribuidas de la siguiente manera: 10 para dirigentes deportivos, 80 para alumnos de clubes, 10 para entrenadores de fútbol, 15 entrenadores de Federación Deportiva Provincial de Loja – FDPL-, 10 deportistas destacados.

Para el trabajo se hizo uso de técnicas e instrumentos, la encuesta fue aplicada para las 125 personas que de una u otra manera están inmiscuidas en el deporte.

La ficha de observación que se aplicó a la estructura y diseño de la escenografía del programa.

Por ello se planteó la propuesta de reestructuración del guión y el set del programa Uv deportes, con el propósito de mejorar su contenido y presentación, con el fin de que este sea interactivo, dinámico y que posea nuevos contenidos que permitan ganar más audiencia.

d.- REVISIÓN DE LITERATURA

1. Definición de comunicación

La comunicación es parte consustancial del ser humano, y este no existiría como tal sin ella; y, es el proceso mediante el cual podemos intercambiar ideas o pensamientos necesarios para nuestra convivencia y desarrollo.

Según García Bertha (2010), la comunicación se deriva de: la voz latina *comunicare*, que significa “poner en común”. Comunicación es acción y efecto de hacer a otro participe de lo que uno tiene, descubrir, manifestar o hacer saber alguna cosa. Wriglet dice que: Es el proceso mediante el cual se transmite significados de una persona a otra. (p. 17)

Elementos de la comunicación

Para que la comunicación sea efectiva es imprescindible contar con algunos elementos como: emisor, receptor y código.

Para Bertha García (2010), el emisor es: quien inicia la transmisión. Puede ser una persona que tiene el propósito de lograr el entendimiento entre sí mismo o con alguien más. Receptor: hace las veces de un transmisor invertido que cambia la señal transmitida en un mensaje y pasa este mensaje a su destinatario. Código: es un sistema de signos sensibles y de reglas para combinarlos, de manera que pueda ser formulada y transmitida en forma de mensaje. (p. 17)

2. Medios de comunicación

Existen varios medios de comunicación por los cuales se puede transmitir información, sea esta televisada, impresa o radial.

Además los medios de comunicación nos permiten estar en interactividad con las personas, saber lo que piensan o sienten.

En nuestro país los medios de comunicación han jugado un papel muy importante para el desarrollo de los pueblos, gracias a esto es que la sociedad ha ido evolucionando al igual que estos.

Entre los más importantes tenemos:

Medios Impresos: son los diarios, semanarios, revistas, que circulan en un determinado país o región. La prensa escrita, facilita a la relectura, ya que si no se entiende cuando se lee la primera vez, se la puede volver a leer. En nuestra ciudad existen en la actualidad tres diarios, la Hora, Crónica, y Centinela.

Radio: es un medio electrónico, en el que es posible la retroalimentación. Esta es más accesible ya que la mayoría de personas del país tienen una radio en la que pueden escuchar su programa favorito. Y esto no demanda mucho gasto económico. Además mientras se escucha se puede estar realizando otra actividad. En la actualidad Loja cuenta con: Luz y Vida, La Hechicera, Rumba, Sociedad, Mix, Satelital, Súper Lásser, Matovelle, Cocodrilo, Planeta Sur, Cariamanga, Ecuasur, WG Milenium, Ondas de Esperanza, Cañaverál, Zapotillo, Frontera Sur, Municipal de Loja, Radio Universitaria, entre otras.

Televisión: en este medio se puede jugar mucho con las imágenes, ya que una buena toma habla por sí sola, además se pueden utilizar otros recursos como la voz en off, y efectos que hagan interesante a la nota o información que se vaya a transmitir. Entre los canales televisivos en Loja tenemos Ecotel tv canal 22 y Uv televisión canal 4.

3. ¿Qué es televisión?

La televisión es un medio de comunicación que ha ido evolucionando con el pasar del tiempo, en este se transmite imágenes, sonidos y textos; por ello se la ha considerado como el medio de comunicación más completo.

Según Fernández Francisco (1994) la televisión es un medio de comunicación que ha alcanzado una difusión sin precedentes, es usada por una cantidad muy significativa y grande de personas para satisfacer necesidades de información y entretenimiento. (p.12)

La televisión es parte de nuestro ambiente, incluso se la ha llegado a considerar como un miembro de la familia, pues al momento de compartir algún evento familiar lo primero que se suele hacer es prender el receptor y ver los programas que en ese momento se están transmitiendo, es por esto que la conducta de nosotros, en cierta parte, es causa de la calidad de los programas y contenidos que se nos presentan.

Para Cerezo Arriaza (1994) el poder del medio radica en su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico debido a su percepción audiovisual. (p.16)

Se puede decir que en la televisión aumenta más rápido el número de audiencia debido a su fácil acceso y a la cantidad de información que ésta nos presenta con imágenes que recrean la vista humana, por ello hoy en día se considera a la televisión como un elemento indispensable en la sociedad, además es considerada uno de los avances tecnológicos más significativos.

El juego de imágenes, combinado con los efectos y los sonidos crean un producto audiovisual interesante, esto hace que cada día aumente el número de receptores, además una buena programación hace que no solo entretenga a los televidentes sino también que se mantengan informados.

4. Historia de la televisión en Loja

La ciudad de Loja cuenta en la actualidad con dos estaciones televisivas de señal abierta, siendo estas las únicas líderes en información televisiva.

ECOTEL TV, canal 22 en UHF, es una televisora con alcance local – en la hoya de Loja-; y, UV Televisión, canal 4 VHF, tiene cobertura regional – Loja, Zamora Chinchipe y Norte del Perú-. Los citados medios son de propiedad privada, por lo tanto, estaciones comerciales cuyos ingresos están supeditados a la venta de tiempo y espacio.

En la parrilla de programación, los dos canales tienen programas de información deportiva, compitiendo cada uno de ellos por ganar una mayor audiencia.

La práctica dominante en el ejercicio del periodismo deportivo se basa en la narración o relato de los eventos deportivos, declaraciones de los protagonistas y algún otro hecho o suceso derivado de las competencias.

En el caso del Canal 4, UV Televisión, se difunden dos programas deportivos: “UV Deportes”, programa con dos emisiones diarias –de lunes a viernes-, con treinta minutos de duración; y, “Doble Vía Deportiva”, programa diario que se emite de 14H00 a 14H30, programas en los que se informan los principales hechos deportivos que ocurren en la ciudad de Loja.

Ecotel TV, dentro de su programación tiene el programa “Deportivo 22”, en tres emisiones diarias (08H00, 14H00 y 20H00). Las características de este programa son similares: noticias referidas a competencias, entrevistas con los protagonistas y noticias internacionales tomadas del cable.

Historia de Ecotel tv¹

Ecotel Televisión (Cadena Austral de Televisión Ecológica), inicia en 1996 con la sociedad formada por Oswaldo Muñoz, Carlos Serrano y Ramiro Cueva. En la actualidad su propietario es Germán Ramiro Cueva Atarihuana.

Ecotel fue oficialmente inaugurado el 9 de mayo de 1997, con la presencia del Presidente de la República de ése entonces, Dr. Fabián Alarcón Rivera.

¹ ECOTEL TV, documentos de archivo de la empresa.

Objetivos de Ecotel TV

Entre los objetivos que se ha planteado esta estación televisora lojana, constan, el de contribuir a la orientación de una comunidad que requiere ser bien informada; así como, presentar informativos objetivos en los cuales prime netamente el aspecto informativo; y, continuar construyéndose en uno de los pocos medios audiovisuales del país que no pertenece a grupos económicos del poder, ni responde a intereses políticos predeterminados.

Según los directivos de Ecotel TV, este medio de comunicación subsiste en base a las cuentas publicitarias que mantienen con diferentes empresas o instituciones locales y nacionales. A su criterio, una de las dificultades, es la situación orográfica de la provincia de Loja para extender su cobertura, a lo que se suman los lentos trámites burocráticos de los organismos de regulación y control de las telecomunicaciones.

Historia de UV Televisión²

En el campo televisivo, el primer canal de televisión que salió al aire fue Canal 4, ciudad de Loja (Ahora UV Televisión), que se inicia como parte de una red nacional, en blanco y negro, pero para extender sus señales a la región cambia su nominación a UV Televisión.

Posteriormente, inician sus transmisiones un canal local y un canal provincial.

² UV TELEVISIÓN, documentos de archivo de la empresa

UV Televisión, el primer canal de Loja y el de mayor cobertura del sur del país, está ubicado en el sector de San Cayetano alto, limitando con la calle Berlín por el oriente, por el occidente con la calle Atenas y al sur se encuentra la calle París.

Reseña Histórica

En 1969, el actual canal UV Televisión, el 18 de noviembre, inició sus transmisiones al aire en blanco y negro, con dos programas en vivo y un informativo. Forma parte de la cadena de canales locales de Canal 4 de televisión de Guayaquil. En 1979, se retira del aire por falta de inversión para cambiar de emisión del blanco y negro al color.

En el año de 1989, el canal 4 de Loja reinicia su programación a color pero con elementales equipos de producción y transmisión. Es en el año de 1995 que esta empresa proyecta su señal a la provincia de Zamora Chinchipe con el número 9 y a la provincia de Loja con el número 10.

Para el año de 1996, se concluye la nueva área física con dos bloques: El edificio 1 para la producción y emisión; y, el edificio 2 para el área administrativa y social del canal.

En 1997 forma parte de la Asociación de Canales de Televisión Ecuatorianos ACTVE y en 1998 forma parte de la Asociación Iberoamericana de Canales de Televisión.

En el año de 1999, el canal adquiere la microonda para trasmisiones en vivo desde cualquier lugar que tenga línea de vista de la ciudad; y, en el

año 2000, inicia el proceso de equipamiento digital para producción audiovisual. Posteriormente en el 2001, UV Televisión es nombrado como miembro del Consejo Directivo de Asitra UV Televisión, representado por su director Ejecutivo, el Lic. Omar Burneo Castillo.

La empresa, en el año 2002 digitaliza el área de emisión al aire. Realiza la coproducción internacional de la serie de 13 capítulos “Los caballos”. En el 2003 realiza convenios internacionales para la retransmisión de señales internacionales en su programación.

En el año 2004 realiza la producción internacional de Loja de Granada que concluye en el 2005. Además establece un convenio con Canal TELESUR para tomar la señal de su programación y realiza la producción internacional “Loja, ciudades hermanas”.

UV Televisión, inició sus emisiones al aire en la calle Mercadillo y Avenida Universitaria (1968), luego traslada sus instalaciones al último piso del Municipio de Loja.

En su segunda etapa adquiere el terreno en las calles Atenas y París donde construye su moderno edificio propio, constituido de dos bloques funcionales para la actividad televisiva. Los principios filosóficos de UV Televisión están basados en el desarrollo de la Región Sur del Ecuador, por ello su slogan es “La Televisión útil”.

Misión de UV Televisión

UV Televisión es un canal de televisión privado que orienta su accionar al cumplimiento de las tareas de una televisora pública, para lograr la participación ciudadana utilizando de manera óptima el espectro radioeléctrico y los recursos tecnológicos para ponerlos al servicio de la comunidad.

Visión de UV Televisión

UV Televisión, es un canal regional con mayor cobertura que la actual, que emite su señal con tecnología de última generación (TDT), brindando a su teleaudiencia productos audiovisuales de alta calidad profesional, con producción propia, en la búsqueda de encontrar posibilidades de nuevos mercados, particularmente, en Europa.

Filosofía

La filosofía de UV Televisión, se inspira y enmarca en el quehacer ético moral de las comunicaciones que permiten a la comunidad de influencia tener un referente alternativo de comunicación que es la que le confiere y define la identidad de nuestro pueblo, sin dejar de mirar a la aldea global desde la particularidad.

Marco legal de operaciones de UV Televisión

En el mes de octubre de 1968, canal 4 de Televisión, Ciudad de Loja, obtiene concesión para operar en esta ciudad y labora hasta noviembre de 1978.

En el mes de junio de 1988, renueva la concesión, y reinicia sus actividades televisivas a partir del mes de diciembre del mismo año hasta la fecha.

En el año de 1994, amplía su cobertura a la provincia de Loja, provincia de Zamora Chinchipe, con las frecuencias 9 y 10, cambiando su nombre a UV Televisión. En la actualidad, su señal llega a la frontera con el vecino país del Perú.

5. Programas Televisivos

Los programas en televisión deben llamar la atención del público de esto dependerán la audiencia que estos posean.

Existe una variedad de programas que ofrecen a nivel nacional, local y regional. La amplia programación que ofrece todos y cada uno de estos es de mucha importancia, además con la regulación de la programación en los diferentes medios de comunicación se ha podido controlar el exceso de publicidades y programas que influyen de una manera negativa en los niños y jóvenes del país.

6. Tipología de programas

Para Pedro Paniagua (2009) la tipología de los programas, son tipos de programas que se pueden transmitir en cualquier medio de comunicación.

Los grandes eventos deportivos cuando se transmiten en directo son, como hemos visto en el apartado de audiencia, las estrellas de la programación. Son, sin duda, los que más audiencias generan, pero tienen como contrapartida que son escasos. Como hemos visto, no todas las semanas están disponibles. Para rentabilizarlos al máximo las cadenas, como también

vimos en el apartado de audiencia, se ven obligadas a emitir previos, y post partidos, además de sacarles todo el provecho posible en los informativos y en los programas resumen. Como elemento pseudoperiodístico, en este caso comercial, cabe citar una mayor presencia de publicidad antes y después de las competiciones y también de publicidad sobre impresa durante los partidos.

Los espacios que se dedican al deporte dentro de los informativos merecen una mención algo más extendida porque en ellos se pueden apreciar algunos de los rasgos que diferencian a las cadenas públicas de las privadas. (p.150)

7. El guión de televisión

El guión no es otra cosa más que una planificación adecuada de los sonidos e imágenes que se pueden presentar para la realización de una nota.

El guión es una guía que se utiliza en los diferentes medios de comunicación ya sean estos de carácter televisivo o radial, cabe mencionar que la audiencia nunca ve el guión sino que este sirve solo para el presentador de la nota.

Para la televisión se utilizan varios tipos de guiones tales como: guión para grabación de nota, que es el que utiliza el camarógrafo previo al acuerdo que haya hecho con él o la reportera.

También existe el guión de edición; este nos sirve para la edición de la nota, y tiene que tener la descripción de audio y video, se lo elabora de

acuerdo a las grabaciones que se tenga, José Iñiguez Cartagena en su libro sobre televisión manifiesta que:

El guión es una guía, un mapa para la grabación, edición y puesta en pantalla del programa de noticias. El público nunca ve el guión, solamente lo es para el uso de los profesionales que trabajan en la televisora. En esta época de ordenadores y salas de redacción electrónicas con *teleprompters*, cada televisora tiene su propio estilo y formato de guión. De otros modos, en todas las situaciones, el objetivo es preparar el guión de manera clara y accesible a todos. (s.p)

8. Programas Deportivos

Los programas deportivos representan uno de los atractivos más fuertes de toda estación televisora. A menudo ocurren sucesos deportivos singulares que motivan el interés de amplias capas de la población, entonces, las televisoras se hacen eco de esta circunstancia y adoptan la función de ser correa de transmisión de estos acontecimientos que les garantizan una alta audiencia. La retransmisión de eventos deportivos locales o nacionales, ocupa varias horas de emisión; al igual que, las conexiones internacionales vía satélite acercan al espectador al conocimiento instantáneo de estos espectáculos por muy lejana que sea la geografía donde se desarrollan.

Para la realización de un programa deportivo es necesario contar con la presencia de un profesional especializado, y de periodistas que sepan llegar hacia la audiencia; a más de esto se necesita contar con todas las herramientas técnicas y tecnológicas con el fin de realizar un buen programa deportivo.

Tal como señala Pedro Paniagua en su libro *Información deportiva. Especialización, géneros y entorno digital* (2003), la información deportiva constituye actualmente una de las especializaciones periodísticas con un mayor número de adeptos e incondicionales y su éxito reside sobre todo en que ha sabido aunar de forma natural información y espectáculo en sus contenidos. (p.9)

Por su parte, José Barrero en su libro *Periodistas deportivos contra la violencia en el fútbol, al pie de la letra* (2008) menciona que los periodistas deportivos tienen responsabilidades éticas para cumplir correctamente con su trabajo:

Los periodistas tienen una serie de responsabilidades y obligaciones para cumplir correctamente con su trabajo, primero en la parte profesional y segundo en la parte ética como transmisores de cultura y valores pacíficos. Por sus manos pasa también la buena educación y la transmisión de la cultura de la paz y la concordia, que es todo lo contrario a la cultura de la violencia y el terror. (p.37)

El periodismo deportivo es uno de las ramas del periodismo que más acogida tiene, pues un programa deportivo nunca pasará de moda por el simple hecho de que las personas tenemos una cierta cultura deportiva específicamente futbolística ya que este es el deporte más practicado en el mundo.

Para Antonio Alcoba, en su libro de *Periodismo deportivo* (2005), en el que menciona que el periodismo deportivo es el único que genera mayor volumen informativo y que este tipo de periodismo informa acerca de: un género específico comprensible a todas las mentalidades a través de un lenguaje universal que todos entienden, producto del espíritu y la filosofía del deporte, como fenómeno cultural más seguido y practicado desde comienzos del siglo pasado y que va en aumento en el siglo que hemos iniciado. (p.10)

9. La comunicación en la era de los mega deportes.

La comunicación es fundamental para que tal o cual programa salga al aire, pero esto depende del grupo social al cual vaya dirigido, es decir tenemos que estudiar a nuestro público.

Todos estaremos de acuerdo en que el deporte representa una parte importante de la vida recreativa de las personas así lo define, Billings, Andrew, en su libro, *La comunicación en el deporte*.

Sin tener en cuenta, por un momento, nuestra cultura, nuestro idioma, nuestro género, nuestra etnicidad ni nuestra clase social, probablemente todos estaremos de acuerdo en que el deporte representa una parte importante de la vida recreativa de millones (de hecho, quizás miles de millones) de personas.

El vínculo entre el deporte y la salud está bien establecido, ya que el deporte (en su sentido más puro) puede ser beneficioso de muchas maneras notables. Más allá del ejercicio, la práctica del deporte se ha vinculado a la construcción del temperamento, al liderazgo, a la moralidad y a la ética y a la comunicación de equipos y grupos. Sin embargo, con una visión más realista, el deporte es una espada de doble filo, con todos estos beneficios por un lado, pero con muchos perjuicios por el otro. (p. 15)

10. La comunicación y el aficionado al deporte

El mismo autor menciona que:

El deporte existe por muchas razones que van desde el ejercicio hasta la competitividad, pasando por el deseo de formar parte del equipo. Los medios de comunicación deportivos existen por una única razón: el aficionado. (p. 57)

Junto al deseo que tiene el aficionado por la información y el consumo se encuentra su ilusión de que el deporte se mueva en terrenos limpios honestos. La gente desea creer que los profesionales juegan deportes no por el dinero o por la fama sino por el amor al juego y el deseo de realizarse personalmente. (p. 58)

11. Delimitación del género en el deporte

La delimitación de género en el deporte, comprende más a la crónica, según Marín Montín, Joaquín M. en su libro *La crónica deportiva: José A. Sánchez Araujo*. (2010)

Frente a otros géneros periodísticos, la crónica en el deporte permite cierta libertad a la hora de escribir o hablar de eventos deportivos, al no precisarse ceñirse de marca estricta a la actividad deportiva.

La crónica de un acontecimiento de esta índole supone un respiro en el sentido de poder abordar otros temas sin salirse del principal motivo. Es por tanto normal, hacer una semblanza de la ciudad, zona o país donde tiene lugar el suceso deportivo y comentarse aspectos que pueden ser desconocidos, con el objetivo de introducir en el escenario de la competición a lectores o receptores del medio en general. Todo ello faculta que el periodista deportivo deberá ser un buen conocedor y sobre todo entusiasta del deporte y como señala Alcoba “y si es, ha sido practicante mejor que

mejor, pues de su experiencia, puede extraer la base para redondear su formación periodística”.

Las crónicas deberán ser atractivas y presentar a los receptores de los medios aspectos diferentes a los habituales en el tratamiento del deporte que trate en cuestión. (p.143)

La opinión es otro género periodístico que va de la mano con el periodismo deportivo, pues El deporte es más que el resultado de un partido, más que táctica y estrategia; por ello, el periodismo deportivo necesita estar a la altura de esas circunstancias y para esto se requiere mucha información, conocimiento y crítica para estar en condiciones de comunicar a través de los medios sobre un acontecimiento deportivo, en estas circunstancias se aplica el periodismo de opinión ya que un narrador deportivo también tiene que opinar sobre la jugada en el partido y como se está desarrollando cualquier evento deportivo. Dentro de un programa deportivo es necesario Analizar un hecho para orientar al público e influir en su opinión sobre este hecho, y de esta manera lograr la interactividad con el público.

El comentario dentro del periodismo deportivo también es de mucha importancia, con el podemos no solo ser informadores de un hecho deportivo sino que también podemos dar nuestro punto de vista del mismo, claro que dentro de ello tenemos que manejanos con mucha responsabilidad, ética y sobre todo con imparcialidad, ya que de esto depende que el programa que sea emitido en televisión o radio cuente con una gran sintonía.

El relato es otro género importante, pues un buen relator de futbol que es en lo que más se especializan, llama la atención de los oyentes o

televidentes. El relato es contar los acontecimientos de un evento deportivo paso a paso.

12. Audiencias

En relación a las audiencias Kirby María (2009), realiza las siguientes reflexiones.

Las audiencias somos todos, recibimos mensajes a diario por cualquier medio comunicativo, pero ¿a qué estamos acostumbrados y a qué no?; primeramente los mensajes cortos son los más apropiados para que un significado en las palabras que escucha y las imágenes que se muestran, denotando así desinterés por las palabras insignificantes. (p. 43).

Más adelante la misma autora ponderando la importancia de las audiencias recalca que:

La audiencia también se resume en la publicidad, en la medida en que la globalización ha tenido como consecuencia la aniquilación de la industria nacional en muchos de nuestros países, la población está destinada a convertirse en simple consumidora de productos multinacionales. (p. 43).

13. La investigación de Audiencias

La audiencia de un programa televisivo es muy importante, ya que de ella depende la interactividad que se tenga en la ejecución del mismo.

Para Gimeno, Gemma y Peralta, Miquel Jauset, Jordi A., en su libro denominado, *El lenguaje de las noticias de televisión y Las audiencias en televisión* (2008), define de la siguiente manera:

En términos de audiencia televisiva, se ha establecido que el objeto común de atención es el contenido televisivo al cual estos se encuentran expuestos, definiéndose la audiencia en base a la exposición a dicho medio. Por tanto, en términos cuantitativos la audiencia no es más que el conjunto de individuos que mantiene contacto con un medio, a través de un programa o espacio publicitario y durante un periodo de tiempo determinado.

Una de las fases más importantes en cualquier investigación de mercados, y por lo tanto en la investigación de medios, es el control de la calidad. Es vital para su reconocimiento social, particularmente si pensamos en el significado y la importancia de la audiencia. (p.14)

Además, en el mismo libro dice que:

La utilidad de la investigación de audiencias es clara. Por una parte, proporciona información a las agencias de publicidad y anunciantes, lo cual justifica de alguna manera los precios que tienen que pagar por el alquiler de un espacio temporal.

Las cifras de audiencia son los índices determinantes de los ingresos o financiación de una determinada cadena y por tanto decisivos en la continuidad o desaparición de un determinado programa. (p.15)

14. La medición de las audiencias de televisión

Para medir la audiencia que tiene un programa televisivo es necesario, en primera instancia realizar una encuesta en la que midamos, la sintonía que tiene y cuántas personas están de acuerdo con tal o cual programa.

La medición de audiencias también tienen su historia así lo dicen, Gimeno, Gemma y Peralta, Miquel Jauset, Jordi A., en su libro denominado, *El lenguaje de las noticias de televisión y las audiencias en televisión* (2008).

La investigación de audiencias comenzó con la radio, pero a medida que la televisión se fue popularizando creció la necesidad y el interés por aplicar las mismas técnicas de investigación que permitieran conocer quiénes y cuántos eran sus seguidores. (p.24)

15. Escenografía

La escenografía es la decoración que se hace para los escenarios para cualquier representación, así lo manifiesta Rafael Portillo (1995).

Es el conjunto de decorados que se montan en el escenario para una representación teatral. Estos decorados están constituidos por una serie de elementos de muy diversa índole: telones, bambalinas, muebles y objetos en general que configuran un lugar o espacio cualquiera de la representación. La escenografía, por lo tanto es una representación del teatro que contribuye a que nos traslademos a cualquier lugar y situación en el espacio y en el tiempo durante los minutos que dura algo tan efímero como es el espectáculo. El diseño de la escenografía y su realización abrirán muchísimas perspectivas a la imaginación y la creatividad. (p.88)

La escenografía es la carta de presentación de un programa determinado, debe contener un diseño atractivo para los televidentes y cómodo para el presentador del programa.

La escenografía es el arte y la técnica de montar la escena teatral, así lo manifiesta José Iñiguez, en su módulo sobre iluminación, sonido y escenografía, Escenografía es, entonces, el arte y técnica de montar la escena teatral que se basa en el tratamiento estético y creativo del espacio

en el que se desarrolla un espectáculo escénico o audiovisual, siendo el decorado el ambiente en que se desarrolla la representación dramática y la escenografía el arte de crear estos decorados. Está conformada por los elementos visuales que se añaden a un espacio (generalmente teatral) para reproducir un ambiente o crear un clima. (p. 15)

Francisco Nieva en su libro *Tratado de Escenografía* (2000), dice “que deberíamos entender el término escenografía teatral como un elemento artístico de sugestión, pero con alta base técnica. De ahí que propone como término más adecuado el de escenotécnica. Por lo cual debemos pensar no solo en los espacios y decorados, sino también las luces, música y el vestuario ya que son elementos de sugestión”. (s.p)

Por todo lo expuesto la escenografía es de mucha importancia dentro de un programa televisivo ya que la audiencia que ve este tipo de programas va a juzgar todos y cada uno de los elementos que lo constituyen, las escenografías tienen que ser atractivas a la vista humana con el fin de atrapar a la teleaudiencia.

La escenografía juega un papel muy importante dentro de un programa de televisión pues con ella se atrae al público ya que en este medio de comunicación son muy importantes las imágenes.

Para la realización de un programa deportivo es necesario en el staff donde se encuentren los presentadores y entrevistados, este debe contar con una escenografía llamativa obviamente no hay que caer en el plano de la exageración.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

1. MATERIALES

Los principales materiales que se utilizaron fueron:

- ❖ **Instalaciones del canal UV. Televisión**
- ❖ **Encuestas**
- ❖ **Entrevista**
- ❖ **Ficha de Observación**
- ❖ **Equipo de computación**
- ❖ **Medios de transporte**
- ❖ **Materiales de oficina**

La metodología empleada en el desarrollo de la presente investigación estuvo de acuerdo a las características y requerimientos del tema.

Para la presente investigación se utilizó los siguientes métodos, procedimientos y técnicas que sirvieron para investigar el problema de investigación.

2. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Descriptivo

Se lo utilizó con el objetivo de describir las características actuales del programa Uv deportes, así como en diferentes situaciones que se presentan en el programa.

Analítico

Se lo utilizó para analizar el problema objeto de investigación, desde un punto de visto crítico-propositivo.

Sintético

Sirvió para sintetizar la información que se recabó con miras a su análisis. Este método fue aplicable en la discusión de la información lo que facilitó construir las conclusiones.

Estadístico

Sirvió para tabular los datos obtenidos, medir los ítems de las variables, con ello se facilitó el análisis correspondiente.

TÉCNICAS

En la presente investigación se utilizó técnicas que se integran en los procedimientos concretos que desde la investigación se utilizó para lograr información. Además, las técnicas fueron específicas y tienen un carácter práctico y operativo.

Es por ello que las técnicas empleadas en el desarrollo de la presente investigación están de acuerdo a las características y requerimientos del tema, previéndose las siguientes:

La observación

Se la empleó para observar de manera espontánea, el carácter de la escenografía, y la interactividad del programa, entre otros.

La encuesta

Esta técnica sirvió para la recopilación de información, la misma que se complementó a la observación, dando datos verídicos y sustentados referentes a al personal que labora en el programa Uv deportes.

La entrevista

Sirvió para establecer un diálogo previamente acordado con el director del programa, quien nos brindó información respecto a la estructura técnica y el equipo de trabajo del programa.

INSTRUMENTOS

Ficha de observación

Sirvió para registrar los datos respecto al set del programa televisivo Uv deportes de la ciudad de Loja, la cual se diseñó en base a la identificación de los principales elementos que deben conformar un set como son: sillas, escritorio, cámaras, parrilla y luces, luego fue aplicada y permitió extraer la información que consta en resultados.

3. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población de la presente investigación estuvo conformada por informantes de calidad constituidos por los representantes de los siguientes estratos:

Dirigentes deportivos	Alumnos de los clubes	Entrenadores de fútbol	Entrenadores de FDPL	Deportistas Destacados	TOTAL
10	80	10	15	10	125

4. PROCEDIMIENTO EN RELACIÓN CON LA PROPUESTA ALTERNATIVA

4.1. Procedimiento para formular la propuesta

Se procedió a analizar todos y cada uno de los resultados de la investigación donde se encontró que la alternativa era un rediseño del set y guión técnico del programa Uv Deportes del canal Uv Televisión.

Una vez realizado estos análisis se procedió a elaborar la propuesta (anexos) la misma que consta de: antecedentes, justificación, objetivos, descripción del nuevo set, cronograma, presupuesto y financiamiento.

4.2 Diseño de la propuesta

Se realizó en base al análisis de la situación del programa, lo cual conllevó a la reestructuración del guión en el que consta: segmentos de noticias locales, nacionales e internacionales relacionadas al deporte, un segmento de entrevista, un segmento de vox populi, y la incorporación de un nuevo presentador o presentadora.

4.3 Procedimiento para construir la maqueta

Una vez que se idealizó el deber ser de la nueva situación, se modeló la propuesta del set y guión, además se procedió a su construcción

utilizando la escala de 1:50 cuya representación fotográfica consta en resultados y anexos.

4.4 En el proceso de socialización

La socialización se llevó a cabo en base a las siguientes fases:

- ✓ Entrevista con el director del programa Uv Deportes.- una vez elaborada la propuesta alternativa fue necesario participarle la importancia de compartir los principales resultados de la investigación, así como la propuesta para mejorar el set de televisión. En este contexto se acordó que esa sesión de trabajo se realizaría el día jueves 17 de julio de 2014.
- ✓ Sesión de socialización. La sesión se llevó a cabo en las instalaciones de la Carrera de Comunicación Social, en la que participaron el director del programa, y estudiantes de la carrera de Comunicación Social. El orden del día fue el siguiente: 1. Apertura de la sesión; 2. Exposición de los resultados de la investigación; 3. Presentación de la propuesta alternativa; 4. Apertura del dialogo, y 5. Sugerencias para la implementación de la propuesta.
- ✓ Finalmente se llegó a acuerdos, los mismos que se detallan en la respectiva acta (anexos).

f.- RESULTADOS

1.- Datos generales

GÉNERO

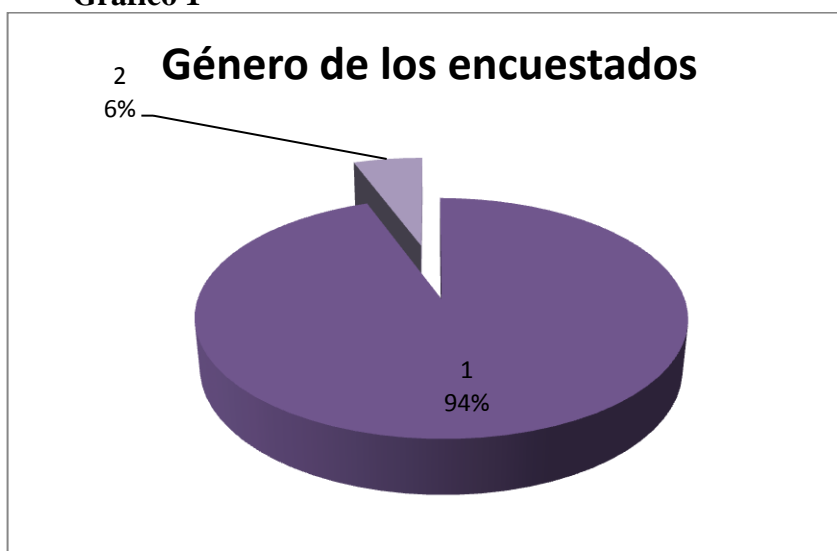
Cuadro 1

Variable	f	%
Masculino	118	94
Femenino	7	6
TOTAL	125	100

FUENTE: Encuesta aplicada a informantes de calidad.

AUTORÍA: Karina Saraguro

Gráfico 1



ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 94% de los encuestados corresponde al género masculino y el 6% restante corresponde al género femenino.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de encuestados corresponde al género masculino en razón de que los programas deportivos de la televisión lojana son vistos principalmente por hombres que por mujeres.

EDAD

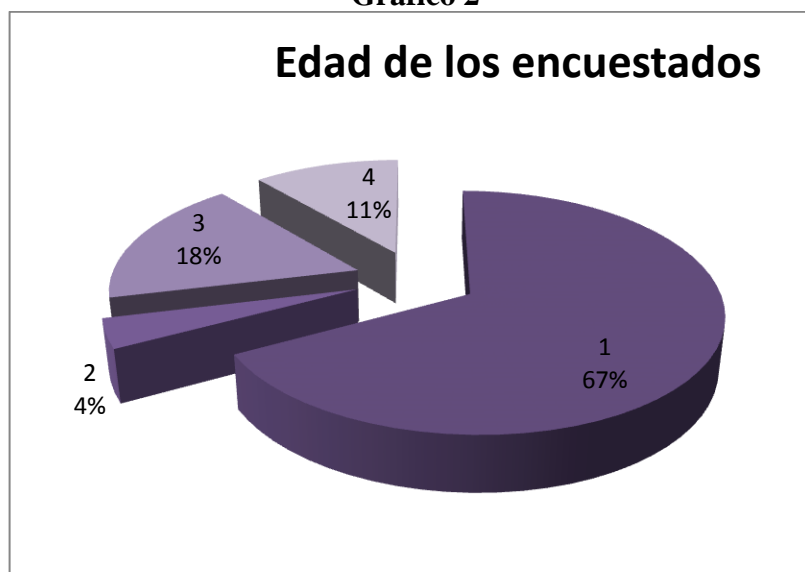
Cuadro 2

Variable	f	%
12 a 18	84	67
19 a 25	5	4
26a 35	22	18
Más de 35	14	11
TOTAL	125	100

FUENTE: Encuesta aplicada a informantes de calidad.

AUTORÍA: Karina Saraguro

Gráfico 2



ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 67% de los encuestados corresponde al rango de edad de 12-18 años; el 18% a edades correspondientes 26-35 años; el 11% a edades de más de 35 años; y, el 4% corresponde a edades de entre los 19-25 años.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de encuestados corresponde a un rango poblacional juvenil (12-18 años), en razón que este segmento es el que más se inclina por practicar deporte y, consecuentemente, observar los programas deportivos de la televisión lojana; y, un tanto menos, la población adulta.

PROFESIÓN/OCUPACIÓN

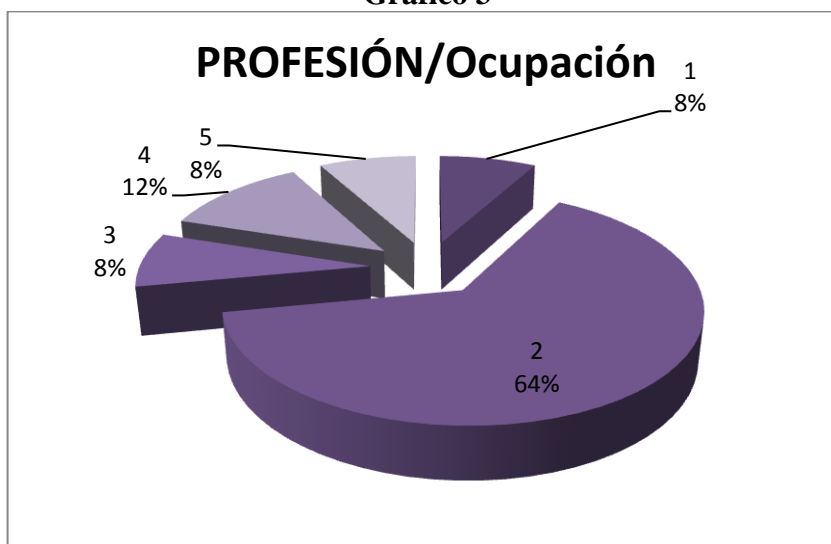
Cuadro 3

Variable	f	%
Dirigentes deportivos	10	8
Alumnos de los clubes	80	64
Entrenadores de fútbol	10	8
Entrenadores de FDPL	15	12
Deportistas Destacados	10	8
TOTAL	125	100

FUENTE: Encuesta aplicada a informantes de calidad.

AUTORÍA: Karina Saraguro

Gráfico 3



ANÁLISIS CUANTITATIVO

En cuanto a la profesión/ocupación de los encuestado, el 64% corresponde a los alumnos de escuelas y clubes deportivos; el 12% a entrenadores de FDPL, el 8% a entrenadores de fútbol; el 8% a deportistas destacados; y, el 8% dirigentes deportivos.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La encuesta estuvo dirigida principalmente a los alumnos de las escuelas y clubes deportivos de la ciudad, en virtud que son ellos los protagonistas de la actividad que en las diferentes disciplinas se desarrolla en nuestra ciudad. De igual manera, se consideraron a los entrenadores de la entidad rectora del deporte provincial, esto es, Federación Deportiva Provincial de Loja y entrenadores independientes; así como, a la dirigencia deportiva.

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

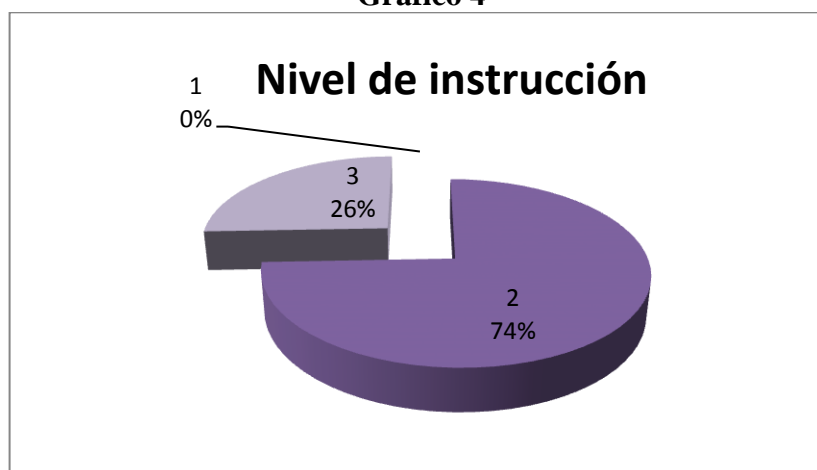
Cuadro 4

Variable	f	%
Primaria	0	0
Secundaria	93	74
Superior	32	26
TOTAL	125	100

FUENTE: Encuesta aplicada a informantes de calidad.

AUTORÍA: Karina Saraguro

Gráfico 4



ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 74% de encuestados tiene nivel de instrucción secundaria; y el 26% poseen nivel de instrucción superior.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mayoría de encuestados tiene un nivel de instrucción secundaria, puesto que corresponde al rango de edad de quienes fueron consultados, esto es, jóvenes comprendidos entre las edades de 12-18 años. El restante segmento de encuestados, tiene instrucción universitaria, encontrándose entre ellos, los entrenadores y dirigentes deportivos.

2.- En relación con la investigación

1. ¿Sintoniza usted programas deportivos difundidos en televisión?

Cuadro 5

Variable	f	%
SI	120	96
NO	5	4
TOTAL	125	100

FUENTE: Encuesta aplicada a informantes de calidad.

AUTORÍA: Karina Saraguro

Gráfico 5



ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 96% de los encuestados ven programas deportivos televisados, mientras que el 4% manifiesta que no los ven.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La gran mayoría de encuestados, todos ellos involucrados en el ámbito deportivo, observa los programas deportivos de la televisión lojana, en razón de que es parte de sus requerimientos informativos por la actividad que realizan. Únicamente un pequeño número de encuestados no lo hace, por falta de tiempo.

2.- ¿Sintoniza usted el programa Uv deportes del canal Uv televisión?

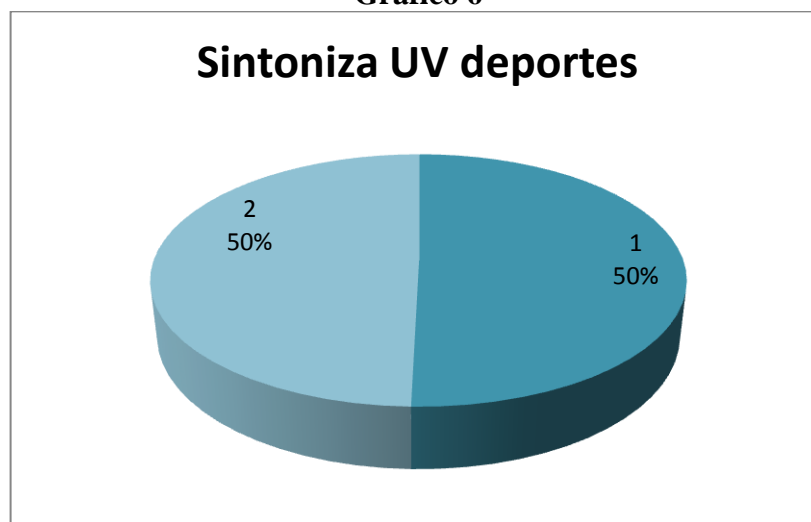
Cuadro 6

Variable	f	%
SI	63	50
NO	62	50
TOTAL	125	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a informantes de calidad.

AUTORÍA: Karina Saraguro

Gráfico 6



ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las 125 encuestas aplicadas, el 50% manifestó que observa el programa Uv Deportes del canal regional Uv Televisión, mientras que el otro 50%, sostuvo que no lo observa.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La mitad de la población encuestada sí observa el programa Uv Deportes, debido a que según su criterio, les gusta la forma de cómo se realiza y satisface sus requerimientos informativos; en tanto que, el restante segmento de encuestados manifiesta que no observa este programa.

3.- ¿Con qué frecuencia lo sintoniza?

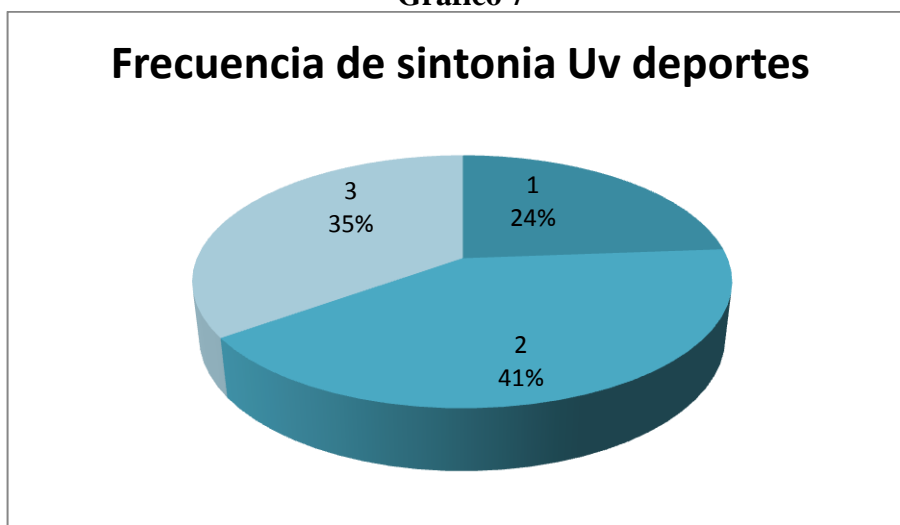
Cuadro 7

Variable	f	%
Más de una vez por semana	15	24
Más de una vez al mes	26	41
Siempre	22	35
TOTAL	63	100

FUENTE: Encuesta aplicada a informantes de calidad.

AUTORÍA: Karina Saraguro

Gráfico 7



ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 41% de los encuestados ve este programa más de una vez al mes, el 35% lo ve siempre, el 24% restante lo ve más de una vez a la semana

ANÁLISIS CUALITATIVO

Un significativo número de encuestados observa el programa Uv Deportes de manera periódica, sobre todo por razones de tiempo; en tanto que, otro importante número de encuestados ve permanentemente este programa porque se siente identificado con la forma como se presenta y el contenido de la información que se emite.

4.- ¿Es de su agrado la información que emiten en este programa?

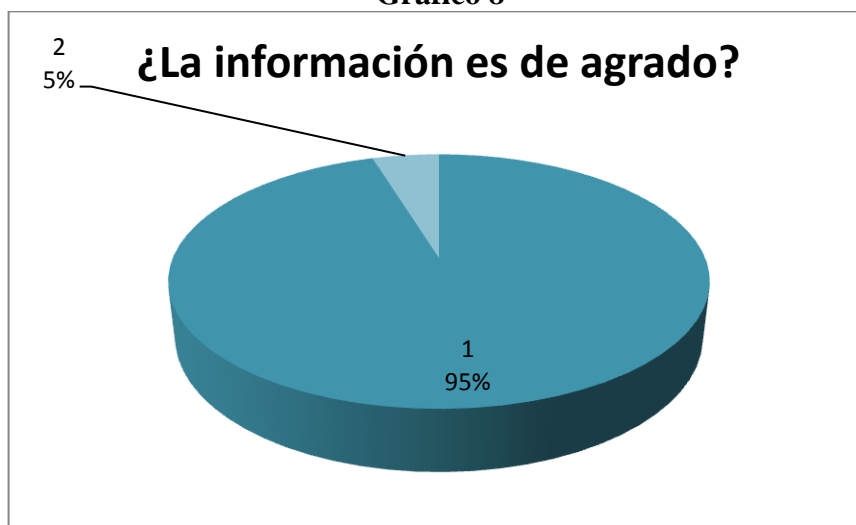
Cuadro 8

Variable	f	%
SI	60	95
NO	3	5
TOTAL	63	100

FUENTE: Encuesta aplicada a informantes de calidad.

AUTORÍA: Karina Saraguro

Gráfico 8



ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 95% manifiestan que es de su agrado la información que se emite en el Programa Uv Deportes, mientras que, el 5% restante opina que no le gusta este programa.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Para quienes manifestaron que les agrada la información que se emite en el programa Uv Deportes de Uv Televisión, esto es, la gran mayoría de encuestados, el contenido de los hechos y sucesos que se difunden en el referido programa son interesantes, de actualidad, tienen que ver con acontecimientos de la localidad y son presentados de manera original. A quienes no les agrada el programa, opinan que no son interesantes los hechos que se difunden en Uv Deportes.

5.- ¿Según su criterio, la información de dicho programa es variada?

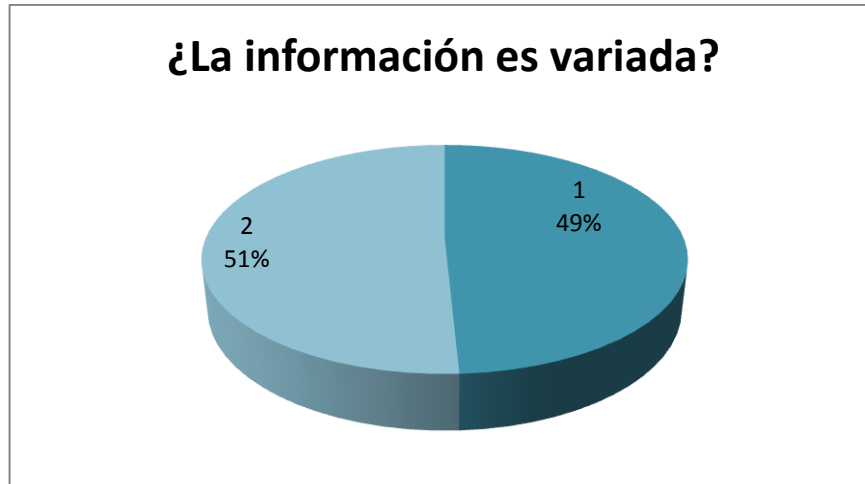
Cuadro 9

Variable	f	%
SI	31	49
NO	32	51
TOTAL	63	100

FUENTE: Encuesta aplicada a informantes de calidad.

AUTORÍA: Karina Saraguro

Gráfico 9



ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 51% de encuestados dicen que este programa no es variado, mientras que el 49% manifiesta que si lo es.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Para la mayoría de encuestados, la información que se proporciona en el programa Uv Deportes de Uv Televisión no tiene la variedad que se requiere, principalmente en cuanto a las disciplinas deportivas –se emiten informaciones relacionadas principalmente con el fútbol- y a la cobertura de eventos deportivos tanto en los ámbitos nacional e internacional. Un porcentaje un tanto menor, opina que el programa si tiene la variedad que el televidente necesita, es decir, que se difunden actividades referidas al campeonato nacional de fútbol, a campeonatos locales y otros eventos que interesan a la ciudadanía.

6.- ¿Le gustaría que el programa sea aún más variado?

Cuadro 10

Variable	f	%
SI	63	100
NO	0	0
TOTAL	63	100

FUENTE: Encuesta aplicada a informantes de calidad.

AUTORÍA: Karina Saraguro

Gráfico 10



ANÁLISIS CUANTITATIVO

Al 100% de personas encuestadas, les gustaría que el programa Uv Deportes de Uv Televisión sea más variado.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La totalidad de la muestra encuestada cree conveniente que se incorpore una mayor variedad al programa Uv Deportes de Uv Televisión. Según su opinión, es necesario que existan otros tópicos relacionados con el deporte que sean tratados en un programa de esta naturaleza, lo que incrementaría el interés y volvería más atractivo al programa, redundando en un incremento de la sintonía.

7.- ¿Le gustaría que el programa tenga interacción con el público?

Cuadro 11

Variable	f	%
SI	63	100
NO	0	0
TOTAL	63	100

FUENTE: Encuesta aplicada a informantes de calidad.

AUTORÍA: Karina Saraguro

Gráfico 11



ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 100% de los encuestados está de acuerdo que exista la interactividad en el programa Uv Deportes de Uv Televisión.

ANÁLISIS CUALITATIVO

La totalidad de los encuestados sostiene que es necesaria la interactividad en un programa de la naturaleza de Uv Deportes de Uv Televisión, esto en razón de que las actuales tecnologías permiten un contacto y una comunicación más cercanas entre los distintos actores sociales, particularmente por el acceso a las redes sociales, lo que

determinaría que el programa sea totalmente dinámico y con una significativa participación de la teleaudiencia.

Resultados de la ficha de observación.

Universidad Nacional de Loja
 Área de Educación el Arte y la Comunicación
 Carrera en Ciencias de la Comunicación Social

Ficha de observación

Objeto a observar: El programa Uv deportes de Uv Televisión.

Fechas: Julio 2014

Nombre de la observadora: Karina Saraguro

Códigos
MB= Muy Bueno
Bueno= Bueno
R= Regular

Aspecto a observar	Calificación del nivel de la observación			Comentario
	MB	B	R	
Organización del Set de televisión, en general (Recursos Materiales)			X	
Background		X		
Cámaras, luces			X	
Mesas, sillas			X	
Talento Humano (personal que labora en el programa)		X		

En el escenario del programa Uv Deportes, se encontró que sus principales elementos tenían distintas características, así, el set de televisión no presta las condiciones necesarias para que este programa se realice, se puede evidenciar claramente que al canal le hace falta comprar implementos nuevos que sirvan para la realización del programa.

El background, se observó que está un poco desgastado y sería conveniente cambiarlo.

En cuanto a cámaras y luces, actualmente el programa cuenta con una sola cámara y la iluminación no es buena, lo cual afecta la calidad del programa.

Mesas y sillas, sí existen en el programa pero el problema es que se observó que ya están desgastados.

En cuanto al talento humano, el programa en la actualidad cuenta con un solo pasante, un director y presentador a la vez.

2.-Resultados en relación con la propuesta.

La propuesta consistió en rediseñar el guión técnico y plató del programa Uv Deportes del canal Uv Televisión de la ciudad de Loja.

Características de los elementos de la propuesta:

- ✓ **Guión.-** el nuevo guión propuesto consta de las siguientes características.

Se conservará los 30 minutos que dura el programa.

Se incluye un presentador o presentadora adicional.

Se incluye un segmento de noticias locales, nacionales e internacionales.

Segmento Entrevista en vivo.

Segmento de Vox Populi.

- ✓ **Plató.-** el nuevo set tiene las siguientes características:

Tres sillas de oficina.

Tres cámaras de estudio.

Kits de cinco luces.

Una parrilla que sirve de soporte para las dos luces superiores.

Una mesa de estudio de televisión.

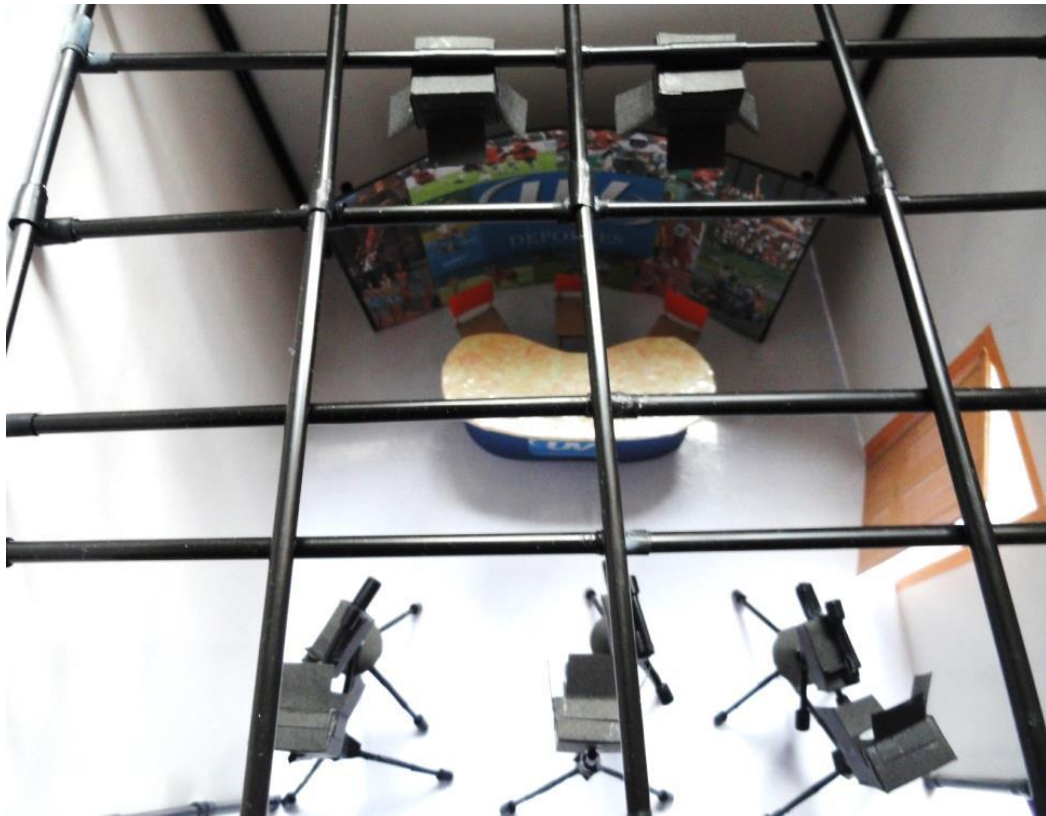
Modelo del nuevo set

Con estas características se procedió a organizar y maquetar los diferentes elementos que estructuran el set, cuya representatividad se confeccionó en físico al que se le tomaron las fotografías que se exponen a continuación como anexos.

Principales fotografías que se tomaron por parte de la autora a la maqueta.



Se muestra el background, las sillas, la mesa, la parrilla y las luces colocadas en la parte de arriba.



Es una fotografía tomada desde la parte de arriba, se evidencia las cámaras y luces, así como la mesa sillas y background.



Se muestra todo el nuevo set, con todos los implementos necesarios para la transmisión del programa.

3.- Resultados de la socialización

Los resultados de la socialización constan en el acta que se levantó con estos propósitos (anexos), entre los criterios dados sobresalieron los siguientes:

- Están de acuerdo con la estructura de la maqueta.
- Están de acuerdo con la propuesta que se socializó.

g.- DISCUSIÓN

Verificación del Cumplimiento de los objetivos

Para el desarrollo de la presente investigación, se planteó como objetivo general, al siguiente enunciado:

Ampliar la sintonía del Programa UV Deportes de UV Televisión de la ciudad de Loja, cualificando sus emisiones para un mejor aprovechamiento de los televidentes.

El cumplimiento de este objetivo, potencialmente es posible, debido a la construcción de la propuesta que se incluye en este Informe Final, en la que constan el fortalecimiento y mejoramiento del programa objeto de estudio, con varios elementos técnicos, físicos y talentos humanos.

Propuesta que surgió de la investigación de campo desarrollada, teniendo como sustento a la observación participativa, la aplicación de encuestas a los televidentes y actores protagónicos del ámbito deportivo; y, a las entrevistas efectuadas con el equipo de producción del programa UV Deportes del canal regional UV Televisión.

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de los procedimientos y técnicas de investigación referidas, determinaron la formulación de los lineamientos que constan en la propuesta para el mejoramiento de la sintonía del programa deportivo que motivó el presente estudio.

En cuanto a los objetivos específicos, el primero de ellos se estableció de la siguiente manera:

Fundamentar científicamente un programa deportivo televisivo.

Para cumplir este objetivo, se recurrió a diversos fondos bibliográficos especializados, con el propósito de seleccionar los tópicos que brinden la suficiente información con respecto a la fundamentación científico-técnica acerca de la producción de un programa deportivo televisivo. Tales fundamentos constan en la Revisión de Literatura que forma parte de este Informe Final.

Para tal efecto, se consigna información que parte desde la concepción de un programa deportivo, pasando por los elementos que constituyen un programa deportivo, la estructura de los programas deportivos, la guionización de los programas deportivos, hasta la investigación de las audiencias.

El segundo de los objetivos específicos establecido en el Proyecto de Investigación, fue planteado de la siguiente manera:

Explicar las estrategias que se utilizan para ampliar la sintonía de los programas televisivos.

Concomitantemente con la fundamentación científica de un programa de carácter deportivo, desde el ámbito teórico, se procedió al acopio de información relacionada con las estrategias que en comunicación se requieren para lograr un determinado propósito. Es en este sentido, que se logró describir diversas estrategias que tanto teóricos de la comunicación como comunicólogos, recomiendan su utilización para establecer el conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el

objetivo de lograr el fin propuesto; información que forma parte de este Informe en la Revisión de Literatura y en la propuesta.

En el ámbito específico del programa objeto de estudio, se partió de la identificación de las necesidades que demanda el mejoramiento de la sintonía del programa, se estableció el grado y condiciones en que estas necesidades pueden ser atendidas mediante un conjunto de acciones, todo ello, para pronosticar el escenario en un futuro inmediato; esto es, se construyó un diagnóstico previo.

Se estableció la meta general del programa, el objetivo del programa; y, el objetivo de la comunicación, entendiéndose como tal, al cambio que se espera del público con respecto al conocimiento, conducta y/o actitud en relación a la actividad deportiva que se practica en la ciudad de Loja.

Adicionalmente, partiendo de los resultados de la investigación de campo, se estructuró una propuesta orientada al incremento de la audiencia del Programa UV Deportes de UV Televisión. Se consideró de manera prioritaria las opiniones y sugerencias ofrecidas por los encuestados y entrevistados, quienes aportaron con ideas para mejorar la sintonía del referido programa, todo ello se plasmó en la propuesta que forma parte de este Informe y en la que constan varias estrategias que serán utilizadas para ampliar la audiencia de UV Deportes. En definitiva, este objetivo se cumplió ampliamente.

El tercer objetivo específico previsto lograr con esta investigación, se definió de la siguiente manera:

Caracterizar la estructura del programa UV Deportes y su funcionalidad.

Como parte del diagnóstico realizado previo a la determinación de las estrategias previstas en la planificación para mejorar la sintonía del programa UV Deportes, se realizó un importante estudio y análisis de este programa, permitiendo caracterizar su actual estructura y funcionalidad.

A este propósito contribuyeron notablemente las encuestas y entrevistas realizadas, las mismas que permitieron conocer las demandas y requerimientos de la audiencia, su percepción y niveles de satisfacción con respecto al programa UV Deportes. Las respuestas a las preguntas 4, 5, 6 y 7 de la encuesta, corroboran la caracterización de la estructura y funcionalidad que la ciudadanía lojana tiene respecto al Programa UV Deportes; es decir, este objetivo también se cumplió adecuadamente.

Un cuarto objetivo específico del Plan de Investigación fue establecido de la siguiente manera:

Elaborar estrategias para ampliar la sintonía del programa UV Deportes de UV Televisión.

La elaboración de las estrategias fue un proceso que se logró cumplir al momento de construir la propuesta orientada al mejoramiento de la sintonía del programa UV Deportes. Estas estrategias consideran los talentos humanos y recursos técnicos y materiales indispensables para el cumplimiento del fin propuesto.

Por último, un quinto objetivo específico se planteó:

Valorar las estrategias para ampliar la sintonía del programa UV Deportes de UV Televisión.

Tanto la determinación como la valoración de las estrategias, fueron producto de toda la indagación realizada. Se buscaron mecanismos de prelación de las estrategias más usuales en el actual contexto caracterizado por la comunicación multimedia y las nuevas herramientas digitales, para su valoración y consecuente utilización para el propósito requerido.

Estas estrategias también fueron validadas a través de las encuestas y entrevistas realizadas. Quienes constituyeron parte de este ejercicio de recolección de información calificada, a través de sus respuestas, contribuyeron a identificar las principales estrategias que integran la propuesta para el mejoramiento de la sintonía del programa UV Deportes.

Comprobación de la Hipótesis

La hipótesis formulada en el Plan de Investigación, se estableció de la siguiente manera:

Si se incorporan estrategias para mejorar el programa UV deportes, de UV televisión de la ciudad de Loja, tendrá mayor sintonía.

La investigación de campo pudo comprobar que el programa UV Deportes del canal UV Televisión de la ciudad de Loja, es visto por una significativa cantidad de televidentes, así se evidencia de los resultados obtenidos con la aplicación de las encuestas al constatar que el 50% de las personas consultadas observan este programa, tal como queda demostrado en el cuadro 2 de la tabulación e interpretación de resultados.

Quienes sintonizan el programa UV Deportes, justifican tal hecho señalando que les interesa conocer la actividad deportiva de la localidad, esto es, las distintas competiciones en diversas disciplinas y a sus protagonistas; sin embargo, sugieren que para la satisfacción plena de sus requerimientos informativos debe existir una variedad en cuanto a la información que se da a conocer, según se desprende de los resultados obtenidos en la pregunta número 6 de la encuesta, en la que la totalidad de las personas consultadas manifiesta que el referido programa debería tener mayor variedad en cuanto a información, recursos técnicos y humanos.

Cabe destacarse que, aunque hay un determinado público que corresponde al 95% que si le gusta el programa (cuadro 4), es necesario mejorar la estructura del mismo (cuadro 6) y hacerlo más variado con el fin de tener mejor información y por ende este sea más dinámico.

Asimismo, el 100% de los encuestados considera que la interacción con el público es sumamente importante, ya que ésta generará el interés de los televidentes y los incentivará a seguir viendo este programa, según se puede concluir de las repuestas obtenidas en la pregunta número 7 de la encuesta aplicada a la ciudadanía.

Por lo expuesto se puede determinar que aunque el programa UV Deportes tiene buena audiencia, es necesario realizar una reestructuración del mismo con el fin de incrementar el número de telespectadores que se sientan identificados con este programa. Consecuentemente se comprobó la hipótesis, ya que los encuestados (cuadros 9 y 10) y entrevistados concuerdan en que si se incorporan nuevas estrategias como la

interactividad y la variedad, ayudarán a que el programa se convierta en uno de los más sintonizados de la televisión lojana.

h.- CONCLUSIONES

Luego de realizada la investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. La gran mayoría de personas encuestadas ve los programas deportivos que transmite la televisión local, lo cual les ayuda estar al tanto de lo que pasa en los deportes locales, nacionales e internacionales.
2. El programa Uv Deportes del canal Uv Televisión de la ciudad de Loja, cuenta con una significativa sintonía de la ciudadanía lojana.
3. Quienes sintonizan el programa Uv Deportes, dicen que no es de su agrado la información que se emite en el programa, sin embargo lo ven para enterarse de noticias que otros canales no pasan.
4. Un considerable porcentaje de la población encuestada, manifiesta que la información si es variada, pero que le falta un poco más. Hay quienes sostienen que en ocasiones pasan información solo de un equipo en concreto y se descuidan del resto de deportes.
5. Los encuestados manifiestan que les gustaría que el programa sea variado, ya que de esto dependerá que mucha más gente lo vea. Opinan que es importante la interacción con el público, puesto que de esta manera ayudará al fortalecimiento del programa y de algunos deportes que se han dejado en el olvido.
6. Es necesario establecer una propuesta de reingeniería del programa Uv Deportes del canal Uv Televisión de la ciudad de Loja, para incrementar la sintonía de este espacio, para lo cual existe un acuerdo previo con los directivos del canal y del programa.

i.- RECOMENDACIONES

Luego de haber realizado las conclusiones, es necesario dar recomendaciones a este problema investigado:

1. Recomiendo a los encuestados que sigan viendo los programas deportivos que transmite la televisión local, y, de esta manera se mantengan informados.
2. Se invita a la ciudadanía a que sigan sintonizando el programa Uv Deportes de Uv Televisión, con el fin de mantener la gran sintonía que este programa posee.
3. Recomiendo al director del programa Uv Deportes, se mantenga la cobertura de los eventos cantonales y provinciales con el fin de mantener informada a la ciudadanía, además estos contenido deben ser retransmitidos con inmediatez.
4. Recomiendo que la información que se emita en este programa sea variada; tocando varios temas y difundiendo información sobre otras disciplinas deportivas.
5. Recomiendo que, en la emisión del programa Uv Deportes se interactúe con el público, mediante el uso de redes sociales.
6. Recomiendo a los directivos del programa Uv Deportes de Uv Televisión, se incluya a otro presentador o presentadora, y se reestructure el set, con el fin de ampliar la sintonía del programa haciéndolo más dinámico.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
PROPUESTA

RESTRUCTURACIÓN DEL GUIÓN Y SET DEL PROGRAMA UV
DEPORTES DEL CANAL UV TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE
LOJA

Autora:

GLADYS KARINA SARAGURO ZHIGUI

LOJA -ECUADOR

2015

1. ANTECEDENTES

UV Deportes es un programa de información deportiva que se emite diariamente en el canal regional UV Televisión, cuenta con dos emisiones: de 08H00 a 08H30 que se realiza en vivo; y, de 12H30 a 13H00, en diferido (reprise de la primera emisión).

Este programa fue fundado en julio del año 2003 por el Lic. José Iñiguez Cartagena, periodista con formación académica en ciencias de la comunicación social y quien tiene una amplia experiencia en el periodismo deportivo, siendo hasta hace poco narrador de fútbol profesional en la Radio Universitaria 98.5 FM y Radio Loja 97.7 FM.

Desde la fecha de su fundación y hasta la actualidad, este programa se mantiene al aire y cuenta con una significativa audiencia, conforme se corrobora con la investigación realizada acerca de este programa televisivo. Durante los casi once años de vigencia del programa, éste ha sido dirigido y conducido por su fundador. La agenda noticiosa de UV Deportes, prioriza lo local, como la participación de Liga Deportiva Universitaria de Loja en el campeonato ecuatoriano de fútbol, el deporte barrial, el deporte estudiantil y todas las manifestaciones deportivas que se producen en la ciudad de Loja en las diferentes disciplinas.

Sin embargo de la buena audiencia con que cuenta UV Deportes, quienes observan este programa deportivo, sugieren que es necesario que se realicen cambios con el propósito de mejorar su contenido y presentación, porque consideran que hace falta más dinamismo, que hace falta

interactividad, nuevos contenidos, remodelación del set, en definitiva, cambios en la estructura general del programa.

2. JUSTIFICACIÓN

Para la Universidad Nacional de Loja, los trabajos de investigación para titulación, deben aportar a la solución de los problemas prioritarios para el desarrollo local, regional y nacional; es en este contexto que, la presente propuesta, aspira contribuir a solventar las demandas informativas de la sociedad local, particularmente en cuanto a los requerimientos de información deportiva se refiere.

De otro lado, asumiendo el mandato constitucional de los derechos del Buen Vivir, en lo relacionado al derecho a la información, se destaca que “todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior”; por aquella razón, la propuesta de reingeniería del programa “UV Deportes”, se inscribe en el imperativo constitucional, contribuyendo así a armonizar el ejercicio profesional del periodismo con el marco jurídico vigente.

De la información recopilada, se puede determinar que los encuestados mencionan que ven programas deportivos, y en lo que respecta al programa Uv deportes, sostienen que sería conveniente que el programa sea interactivo.

Habiendo constatado con el trabajo de campo que, el programa “UV Deportes”, cuenta con un alto rating de sintonía en los hogares lojanos, se prevé que con la implementación de esta propuesta el nivel de audiencia se potenciará, con lo cual se habrá contribuido con este espacio de notable recepción ciudadana, abriendo, además, la posibilidad de que la ciudadanía se ejercite en un constante proceso de construcción de un sistema de información sobre todos los aspectos de relevante interés de la colectividad.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Aportar al conocimiento ciudadano, mediante la renovación de la estructura del programa UV Deportes, de la actividad deportiva que se genera en la provincia de Loja, el país y el mundo, con un tratamiento científico-técnico y ético-moral.

3.2. Objetivos específicos

- ✚ Cualificar el guión de emisión del programa deportivo “UV Deportes” que transmite diariamente el canal regional UV Televisión de la ciudad de Loja, con la ejecución de esta propuesta.
- ✚ Proponer un nuevo diseño y reestructuración del set del programa mediante la implementación de nuevos enseres que le permitan mayor eficiencia y calidad (Grado de satisfacción de la audiencia) al programa UV. Deportes.
- ✚ Generar en la ciudadanía una cultura de observación crítica-propositiva de los diferentes programas de la televisión lojana y particularmente del programa “UV Deportes”, a fin de que exista una

permanente innovación, con pertinencia y calidad, de este programa de información deportiva.

Guión de emisión propuesto para la emisión del programa Uv Deportes

El actual programa no está dividido en segmentos por lo que se propone la incorporación de los siguientes: segmento de noticias, locales, nacionales e internacionales; segmento de entrevista en vivo; y, segmento de vox populi.

GUIÓN DE EMISIÓN

GUIÓN DE EMISIÓN DEL PROGRAMA UV DEPORTES

PROGRAMA : UV DEPORTES

FECHA DE EMISIÓN :

HORA DE EMISIÓN : 08h00

DURACIÓN : 30 minutos

	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL
1. Presentación del Programa (grabada)	00:00:15:00	00:00:15:00
2. Saludo en vivo presentadores	00:00:45:00	00:01:00:00
3. Lectura de principales titulares:	00:01:00:00	00:02:00:00
4. Primer corte publicitario:	00:02:00:00	00:04:00:00
5. Segmento de noticias locales	00:09:00:00	00:13:00:00
6. Segmento de noticias nacionales.	00:04:00:00	00:17:00:00
7. Segmento de noticias internacionales.	00:02:00:00	00:19:00:00
8. Segmento Entrevista en vivo	00:05:00:00	00:24:00:00
9. Segmento vox populli	00:03:00:00	00:27:00:00
10. Segundo corte publicitario	00:02:00:00	00:29:00:00
11. Despedida del programa en vivo	00:00:45:00	00:29:45:00
12. Cierre del programa (grabado)	00:00:15:00	00:30:00:00

4. DISEÑO DEL NUEVO SET

Descripción

La propuesta del nuevo set, tiene como objetivo cambiar la imagen que en la actualidad tiene el programa Uv Deportes del canal regional Uv Televisión, con el fin de que este sea atractivo y así llamar la atención de los televidentes. Para el diseño del mismo se consideró varios aspectos que la técnica aconseja para estos espacios.

Para la restructuración del set se plantea dotar de tres cámaras de estudio, un kit de cinco luces, un nuevo background que será impreso en mate, 3 sillas que servirán para los presentadores y personas invitadas para las entrevistas.

Además se implementará una parrilla que servirá de soporte para las contraluces, ubicadas en la parte superior de los presentadores.

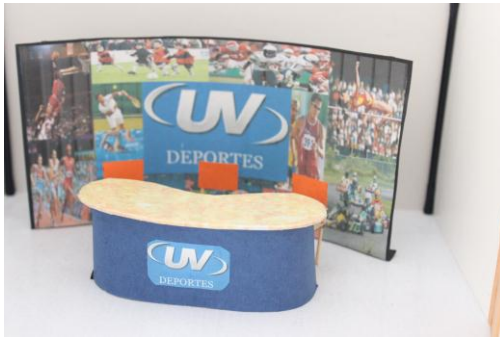
Tres cámaras de estudio.- servirán para grabar el programa que es transmitido en directo.

Kit de luces.- para iluminar a los presentadores y entrevistados.

Background.- que servirá para fondo del programa.

Tres sillas.- destinadas al uso de las personas en el momento de la transmisión del programa.

FOTOGRAFÍAS DE LA MAQUETA



4. CRONOGRAMA

Tiempo / Actividades	Año 2015		
	Febrero	Marzo	Abril
Elaboración de la propuesta.	Xxxx		
Presentación y aprobación.		Xxxx	
Socialización de la propuesta.			xxxx

5. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

5.1. Talentos Humanos

- Lic. José Iñiguez Cartagena, Director y conductor del programa UV Deportes.
- Nuevo presentador o presentadora.
- Guionista de tv

5.2. Recursos materiales

- Kit de cinco luces
- Tres cámaras
- Nuevos muebles
- Background (nuevo)
- Parrilla para luces
- Computadora
- Impresora
- Isla de edición digital

5.3. Presupuesto

DETALLE	VALOR EN DÓLARES
- Montaje nuevo set:	
Kit de cinco luces	1.020,00
Tres cámaras	6.600,00
Muebles	400,00
Bacground	200,00
Parrilla	500,00
- Una presentadora para el programa	4.800,00
- Material de oficina	200,00
TOTAL	13.720,00

Son: Trece mil setecientos veinte dólares americanos

5.4. Financiamiento

El financiamiento de la reingeniería del programa UV Deportes, será íntegramente solventado por la empresa UV Televisión.

5.5. Operatividad

- Socialización de la propuesta.
- Incorporación de cambios en la propuesta
- Implementación de la propuesta
- Evaluación y seguimiento

j.- BIBLIOGRAFÍA

- ALCOBA, Antonio. (2005) *Periodismo deportivo*, Madrid. Editorial Síntesis. - La prensa deportiva. Tratamiento inédito sobre el género específico del deporte y cómo hacer una publicación deportiva ideal. Madrid, 1999. Instituto Universitario Olímpico de Ciencias del Deporte.
- BARRERO Muñoz, José, (2008) *Periodistas deportivos contra la violencia en el fútbol, al pie de la letra*. Madrid. Editorial Fragua.
- BILLINGS, Andrew, (2010) *La comunicación en el deporte*, España.
- BUTTERWORTH, P., (2009) *The Cambridge Introduction to Scenography*, Cambridge University Press.
- CASTRO, M. P., GUTIÉRREZ, C. A., GÓMEZ, J. P., (2002) *La verdadera realidad del rating en Colombia*. Tesis publicada, Universidad de la Sabana, Santa Fe de Bogotá, Colombia.
- CEREZO, M, (1994) *Teorías sobre el medio televisivo y educación: el discurso de la televisión*, Grupo Imago, Granada.
- FERNÁNDEZ, Francisco, (1994) *Clase social, exposición a la televisión y percepción de la violencia en la televisión*, Chile.
- GARCÍA, Bertha, (2010) *El Arte de la Comunicación*, México.
- GIMENO, Gemma y PERALTA, Miquel Jauset, Jordi A. (2008) *El lenguaje de las noticias de televisión y Las audiencias en televisión*, España.
- GONZALEZ, José M, (2003), *Actividad Física, Deporte y Vida*, Fundación Oreki.
- HOWARD, Pamela,(2004) *¿Qué es la escenografía?*, Editorial Galaxia, Galicia.

- IÑIGUEZ, José, (2010) *Comunicación Electrónica: La Televisión*, Módulo de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.
- IÑIGUEZ, José, (2010) *Iluminación, Sonido y escenografía*, Módulo de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.
- MARÍN Montín, Joaquín M. (2010) *La crónica deportiva: José A. Sánchez Araujo*, España.
- NIEVA, Francisco, (2003) *Tratado de Escenografía*, Segunda Edición, Editorial Fundamentos, Madrid.
- PANIAGUA Santamaría, Pedro, (2009) *Cultura y guerra del fútbol: análisis del mensaje informativo*, España.
- PANIAGUA Santamaría, Pedro, (2003) *Información deportiva. Especialización, géneros y entorno digital*. Madrid. Editorial Fragua.
- PORTILLO, Rafael, (1995) *El teatro en tus manos –iniciación a la práctica escénica*.
- RINCÓN-ESTRELLA, (2001) *Televisión: Pantalla e Identidad*, Quito.
- SVOBODA, Josef, (2010) *The Scenography*, Wesleyan University Press, Michigan.
- KIRBY, María Augusta, (2009) tesis sobre *“Incorporación de un segmento deportivo en las cuatro emisiones del informativo del canal 4; U.V Televisión de la ciudad de Loja*.

WEB-GRAFÍA

- http://es.wikipedia.org/wiki/UV_Televisi%C3%B3n. Consultado el 4 de noviembre de 2013.
- <http://www.dgamers.net/archive/index.php?t-108994.html&s=c7822238ef89290f5ab94e8c7010ac25>. Consultado el 5 de noviembre de 2013.
- <http://www.slideshare.net/13822985/elaboracion-de-programas-deportivos>. Consultado el 6 de noviembre de 2013.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte>. Consultado el 9 de noviembre de 2013
- <http://www.taringa.net/posts/salud-bienestar/13758752/Los-8-deportes-mas-practicados-en-el-mundo-y-sus-beneficios.html>. Consultado el 11 de noviembre de 2013.
- http://books.google.es/books?id=soNTH__9HIIC&pg=PA46&dq=como+ayuda+el+deporte+a+los+jovenes&hl=es&sa=X&ei=XgCDUt7VNq6gsQThgoCgBw&ved=0CEIQ6AEwAQ#v=onepage&q=como%20ayuda%20el%20deporte%20a%20los%20jovenes&f=false. Consultado el 15 de Noviembre de 2014.

k. ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

“MEJORAMIENTO DE LA SINTONÍA DEL PROGRAMA UV DEPORTES DE UV TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA”.

Proyecto de investigación previa a la obtención del grado en Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

ASPIRANTE:

GLADYS KARINA SARAGURO ZHIGUI

LOJA –ECUADOR

2014

a. TEMA

“MEJORAMIENTO DE LA SINTONÍA DEL PROGRAMA UV DEPORTES DE
UV TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA”

b. PROBLEMÁTICA

Contextualización del problema

Dentro del periodismo existe una rama denominada periodismo deportivo en la que se difunde noticias, reportajes, etc., relacionados al deporte sea este local nacional o internacional. Para la difusión de este tipo de programas se necesita de personal que esté capacitado sobre este ámbito.

Un programa deportivo, es aquel en el que se transmiten notas acerca de los deportes que se practican en cada una de las localidades, destacando las disciplinas más controversiales, entre ellas el fútbol.

Las características que presenta un programa deportivo en televisión son varias, entre otras están: realizar un programa serio, con información veraz y oportuna; y, sobre todo, de actualidad.

En este contexto, en la ciudad de Loja existen dos canales: uno local, Ecotel Tv; y, otro regional, UV Televisión, los cuales cuentan con una programación amplia.

UV Televisión, es un canal regional de televisión ecuatoriano, que tiene sus orígenes en 1994 y originalmente transmitía en blanco y negro. Inició sus transmisiones a color en 1984 y amplió su funcionamiento con 18 horas diarias de programación. En la actualidad, es miembro de la Canales Comunitarios Regionales Ecuatorianos Asociados (CCREA).

La programación actual de UV Televisión es variada y una buena parte de ella la constituyen programas en vivo de producción propia. En su parrilla de programación constan programas informativos, culturales, educativos, musicales, científicos, religiosos y deportivos. En cuanto a los programas deportivos, se transmiten dos: UV Deportes; y, Doble Vía Deportiva.

Situación actual de la problemática

El programa UV Deportes es transmitido de lunes a viernes, a partir de las 8h00, con una duración de 30 minutos, en los cuales se da a conocer todo lo referente con el deporte local principalmente, sin descuidar el acontecer deportivo nacional e internacional.

En un sondeo previo de opinión, realizado a 20 televidentes, el 80% de los encuestados sostiene que UV Deportes, es un programa que tiene mucha acogida en la ciudadanía, sin embargo de lo cual, es necesario efectuar una reingeniería de su contenido con el propósito hacerlo más dinámica y entretenido.

De su parte, el director-conductor de UV Deportes, en una entrevista efectuada, coincide en que es necesario dotar de nuevos elementos técnicos, científicos y periodísticos al programa, con el propósito de lograr una mayor audiencia; y, sobre todo, niveles de satisfacción de los

requerimientos informativos en el ámbito del deporte de los televidentes, para generar una cultura crítico-propositiva acerca del deporte local.

Desde el escenario anteriormente expuesto se concretó el siguiente problema de investigación:

Problema de investigación:

¿Cómo mejorar la sintonía del programa UV Deportes de UV Televisión de la ciudad de Loja?

De este gran problema de investigación se derivan los siguientes sub-problemas:

1. ¿Cómo fundamentar científicamente un programa deportivo televisivo?
2. ¿De qué manera se deben estructurar en forma óptima los programas deportivos televisivos?
3. ¿Cuál es rating de sintonía que tiene el programa UV Deportes de UV Televisión?
4. ¿Cuáles son las estrategias para ampliar la sintonía del programa UV Deportes de UV Televisión?
5. ¿Cómo validar las estrategias para ampliar la sintonía del programa UV Deportes de UV Televisión?

Delimitación del objeto de investigación

Delimitación temporal: Aunque el acercamiento al objeto a ser investigado comenzó una vez que se consolidó la idea de investigación, esto es en el mes de octubre del 2013, la investigación en sí se realizará de febrero a julio de 2014.

Delimitación espacial: se investigará en el canal regional UV Televisión, y, en la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

De las unidades de observación: se entrevistará y se aplicará encuestas: al director del programa, a dirigentes deportivos, entrenadores de escuelas de fútbol y de federación deportiva provincial de Loja de las diferentes disciplinas, alumnos de las academias deportivas, a los deportistas destacados de la ciudad de Loja.

c. JUSTIFICACIÓN

Debido a la gran complejidad que implica realizar un programa deportivo, es necesario realizar un estudio a fondo de los contenidos transmitidos por los programas deportivos. Este trabajo está orientado con objetivo de ofrecer un mejoramiento cualitativo del contenido del programa UV Deportes, donde sobresalga lo referente al deporte local.

Adicionalmente, este trabajo investigativo se propone dar alternativas para mejorar la sintonía que tiene el programa UV Deportes del canal regional UV Televisión. De este modo se propende a buscar beneficios tanto para la cualificación del programa como para las personas que lo sintonizan, contribuyendo así al fomento del deporte local.

Académicamente se justifica, porque contribuirá a la formación profesional tanto de la postulante como de los estudiantes y docentes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, ya que sabrán hacer uso de la información que arroje la investigación como material didáctico para la formación de las nuevas generaciones de comunicadores sociales.

Esta información servirá, también, para que futuros investigadores amplíen sus marcos referenciales para sus trabajos investigativos. Algo similar ocurrirá con los directores de otros programas deportivos, quienes haciendo uso de la información que se produzca, podrán aplicar esta experiencia a las condiciones concretas de su realidad.

Se justifica, además, por cuanto existen los recursos humanos que asesorarán el presente proyecto, es el caso de los docentes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja. De igual manera, se cuenta con los recursos económicos básicos para cubrir los gastos que demanden la realización de la investigación.

d. OBJETIVOS

GENERAL

Ampliar la sintonía del programa UV Deportes de UV Televisión de la ciudad de Loja para un mejor aprovechamiento de los televidentes.

ESPECÍFICOS

1. Fundamentar científicamente un programa deportivo televisivo.
2. Explicar las estrategias que se utilizan para ampliar la sintonía de los programas televisivos.
3. Caracterizar la estructura del programa UV Deportes y su funcionalidad.
4. Elaborar estrategias para ampliar la sintonía del programa UV Deportes de UV Televisión.
5. Valorar las estrategias para ampliar la sintonía del programa UV Deportes de UV Televisión.

e. MARCO TEÓRICO

Géneros Periodísticos

Los géneros periodísticos, son aquellos en el que el periodista juega un papel muy importante en relación con la realidad de un hecho o suceso, ya sea que esta información sea de carácter radial, televisivo e impreso. También hacen referencia al estilo de cada uno de los periodistas.

Los géneros periodísticos se clasifican en: informativos, de opinión, narrativos, en fin los géneros periodísticos tienen como fin informar, opinar o simplemente entretener.

GÉNEROS DE OPINIÓN

Son aquellos que se hacen con mucha frecuencia en los diarios, en los que se puede mencionar, el editorial, el artículo, la caricatura, la columna, todos estos tienen sus diferentes características.

El periodismo de opinión se ve reflejado en, artículos, editoriales, comentarios deportivos, etc.; en algunos casos estos suelen ir firmados por las personas que redactan dichas opiniones, mientras que en otros lleva la firma del medio, es decir el medio de comunicación se hace responsable por las opiniones que se den dentro de lo que se ha escrito.

GÉNEROS INFORMATIVOS

Se los realiza con el objetivo de informar de una manera breve y clara; entre los más conocidos tenemos: la noticia, el reportaje.

Esta clase de periodismo pretende dar a conocer a la audiencia los acontecimientos más importantes. La información que se genere debe de ser de actualidad, y siempre se tiene que estar acompañada de un título que atraiga a la gente a leer más no a aburrir a los lectores, radioescuchas o televidentes.

Además se requiere que el periodista tiene que ser objetivo, e investigar a fondo el tema que se va a dar a conocer, sobre todo el periodista tiene que saber cómo llegar a su audiencia.

GÉNERO NARRATIVO

Se encarga de narrar los sucesos de una manera entendible para la audiencia y sobre todo trata de llevarlos al escenario mismo en el que se está desarrollando dicho hecho o suceso.

Dentro de este género se puede destacar la crónica, que es una narración de un hecho real, tiene que tener un estilo único y siempre la información tiene que ser veraz.

El guión de televisión

El guión no es otra cosa más que una planificación adecuada de los sonidos e imágenes que se pueden presentar para la realización de una nota.

El guión es una guía que se utiliza en los diferentes medios de comunicación ya sean estos de carácter televisivo o radial, cabe mencionar que la audiencia nunca ve el guión sino que este sirve solo para el presentador de la nota.

Para la televisión se utilizan varios tipos de guiones tales como: guión para grabación de nota, que es el que utiliza el camarógrafo previo al acuerdo que haya hecho con él o la reportera.

También existe el guión de edición; este nos sirve para la edición de la nota, y tiene que tener la descripción de audio y video, se lo elabora de acuerdo a las grabaciones que se tenga.

“El guión es una guía, un mapa para la grabación, edición y puesta en pantalla del programa de noticias. El público nunca ve el guión, solamente lo es para el uso de los profesionales que trabajan en la televisora. En esta época de ordenadores y salas de redacción electrónicas con *teleprompters*, cada televisora tiene su propio estilo y formato de guión. De otros modos, en todas las situaciones, el objetivo es preparar el guión de manera clara y accesible a todos”

Difusión de programas de televisión

La difusión de los programas se la puede hacer en DIRECTO (en vivo), o DIFERIDO (grabado).

En el DIRECTO, la información siempre llegará en el mismo instante que se genere, dándole así inmediatez, este tipo de programa siempre será más trabajoso por el hecho que implica presentar un programa en vivo pues en este puede haber errores que no se corregirán.

“La producción en directo constituye lo específicamente televisivo por su carácter de inmediatez e instantaneidad, ello le impone un trabajo más riguroso a fin de evitar errores. Para el tratamiento de las imágenes y el sonido, hoy en día un programa en directo cuenta con los mismos recursos tecnológicos que un programa en diferido, procesado en una sala de postproducción”.

En el DIFERIDO, se toma mucho tiempo para producir un programa ya que este se lo pasara pre-grabado, por ende la información carecerá de inmediatez.

En sí estos dos tipos de difusión son trabajosos, y a la vez complicados ya que demandan de tiempo y de una serie de recursos humanos y técnicos que se utilizará en la realización de programas.

Parrilla de programación de un canal de televisión

La parrilla de programación, es la serie de contenidos que un canal transmite, la programación que se emite tiene que ser siempre rigiéndose a la nueva ley de comunicación, en la que se debe clasificarla de acuerdo a los horarios establecidos por la Superintendencia de Telecomunicaciones.

La parrilla de programación debe constar de:

- Noticiarios,
- Temas culturales,
- Temas educativos,
- Entretenimiento,
- Música,
- Arte,
- Cine,
- Programas infantiles,
- Deportes,
- Publicidad comercial.

¿Qué es el rating?

El rating es un término de procedencia inglesa que se utiliza para medir el nivel de sintonía de un determinado programa. La institución dgamers (2013, sp.) lo describe de la siguiente manera:

La cuota de pantalla o rating es una cifra que indica el porcentaje de hogares o espectadores que están viendo un programa de televisión sobre el total que durante la emisión tiene encendido su televisor.

La cuota de pantalla es el resultado de la multiplicación del alcance (individuos o en su caso hogares) por la fidelidad (tiempo invertido). La suma de cuotas de pantalla da como resultado el share, que representa el total de aparatos receptores encendidos en un momento dado. Por tanto, el share indica el total de audiencia que se reparten entre las diferentes cadenas de televisión. Y la cuota de pantalla representa la parte del share que cada cadena consigue. Este dato se mide con audímetros.

Es decir, rating es una cifra que indica el porcentaje de hogares o espectadores con la TV encendida en un canal, programa, día y hora específicos (o promediando minutos y fechas), en relación al total de TV Hogares o televidentes considerados en la muestra (encendidos + apagados).

El Audímetro, también denominado People meter (medidor de personas en inglés) es un aparato que se conecta a la televisión y mide automáticamente la audiencia de forma permanente, usándose los datos para obtener datos estadísticos.

(En línea)

<http://www.dgamers.net/archive/index.php?t108994.html&s=c7822238ef89290f5ab94e8c7010ac25>

“Los estudios de audiometría pertenecen a la categoría de estudios de distribución de la audiencia, preferentemente televisiva. En algunos países, se han aplicado también seguimientos de la audiencia radiofónica; pero su gran desarrollo ha tenido lugar con la multiplicación de cadenas televisivas.

La clave del éxito, y también valga decir de las críticas, de este tipo de estudios se encuentra, fundamentalmente, en la configuración de la muestra. En un principio, es un panel de hogares que intenta representar el universo de hogares de un territorio (estado, región, segmento, entre otros).

Un panel es una especie de muestra fija, cuyos miembros se mantienen a lo largo del tiempo, en diversas tomas de información o momentos de observación.

Su valor viene dado por su capacidad de respetar el diseño muestral inicial, sin grandes desviaciones, incluso cuando se presenten algunas rotaciones, estas últimas entendidas como el abandono o añadidura de alguno de los elementos que integran el panel”

En la actualidad existen hechos deportivos, que de una u otra manera motivan el interés de las personas, por ello las televisoras han optado por transmitir eventos deportivos de actualidad mismos que les garantizan una alta demanda de audiencia.

Este tipo de programas constan de acontecer deportivo internacional, nacional y local, dando así un alto nivel de información deportiva.

¿Qué es deporte?

El deporte es la actividad física que se realiza para mantener una adecuada salud y bienestar tanto de mente como de cuerpo; en Wikipedia lo definen como:

El deporte es toda aquella actividad física que involucra una serie de reglas o normas a desempeñar dentro de un espacio o área determinada (campo de juego, cancha, pista, etc) a menudo asociada a la competitividad deportiva. Por lo general debe estar institucionalizado (federaciones, clubes), requiere competición con uno mismo o con los demás. Como término solitario, el deporte se refiere normalmente a actividades en las cuales la capacidad física pulmonar del competidor es la forma primordial para determinar el resultado (ganar o perder); sin embargo, también se reconocen como deportes actividades competitivas que combinen tanto físico como intelecto, y no sólo una de ellas. También hay colectivos practicantes de determinadas actividades, donde sólo se usa el físico, o bien sólo el intelecto, que reclaman su actividad como deporte, incluso, de carácter olímpico.

Aunque frecuentemente se confunden los términos deporte y actividad física/fitness, en realidad no significan exactamente lo mismo. La diferencia radica en el carácter competitivo del primero, en contra del mero hecho de la práctica de la segunda.

Popularmente, la palabra «deporte» es utilizada para señalar una actividad que provee a sus practicantes de salud física. De este modo, la recomendación médica para gran parte de enfermedades, problemas físicos, emocionales y psíquicos, así también como para la prevención de todo lo anterior, suele ser practicar deportes o algún tipo de actividad física mínima.

(En línea) <http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte>

Las disciplinas del deporte más practicadas en el mundo y sus beneficios

Entre las disciplinas más prácticas dentro del campo deportivo tenemos:

Fútbol.- consiste en el juego con un balón en el que interactúan 12 personas por equipo.

“Fútbol es generalmente considerado el deporte de equipo más popular del mundo. Jugado en prácticamente todos los países, el éxito del deporte se debe al hecho de que puede ser jugado por niños, niñas, hombres y mujeres de casi cualquier formación y habilidad física. El fútbol requiere poco en referencia al equipo especializado y está organizado usando reglas simples, intuitivas”.

(En línea) <http://www.taringa.net/posts/salud-bienestar/13758752/Los-8-deportes-mas-practicados-en-el-mundo-y-sus-beneficios.html>

Basketball.- es un deporte en el que a diferencia del fútbol se juega con las manos.

“El baloncesto es el segundo deporte más completo después de la natación.

Te ayuda a desarrollar todas las partes de tu cuerpo, además de la mente”.

(En Línea) <http://www.taringa.net/posts/salud-bienestar/13758752/Los-8-deportes-mas-practicados-en-el-mundo-y-sus-beneficios.html>

Volleyball.- este deporte se lo practica en casi todo el mundo, consiste en

“El vóley es uno de los deportes más completos que existen, razón por la cual, sus beneficios son bastante generosos. Hace bastante

bien en la solución de problemas de postura en general, actuando en la parte superior e inferior del tronco”.

(En Línea) <http://www.taringa.net/posts/salud-bienestar/13758752/Los-8-deportes-mas-practicados-en-el-mundo-y-sus-beneficios.html>

Natación.- consiste en ejercitar todas las partes del cuerpo en un lugar que tenga agua, aprendiendo las diferentes técnicas para la realización de este deporte.

“La natación suma a los beneficios típicos de todos los deportes, la actividad de hacer ejercicio sin impactos, el gran desarrollo aeróbico y la implicación de todos los grandes grupos musculares. También aporta seguridad y su facilidad facilita su práctica a personas que por distintos motivos no pueden practicar otros deportes”.

(En Línea) <http://www.taringa.net/posts/salud-bienestar/13758752/Los-8-deportes-mas-practicados-en-el-mundo-y-sus-beneficios.html>

Estos deportes son los más conocidos, y los que se practica mayormente en los diferentes países.

En nuestro País se práctica mayormente el fútbol, un deporte muy bonito y que hace emocionar a mucha gente.

Como ayuda el deporte a la juventud

El deporte ayuda mucho al desarrollo de la juventud. José Manuel González en su libro Actividad física, deporte y vida (pág., 46) dice que:

“La participación en actividades físicas y deportivas puede promover el bienestar social, así como la salud física y mental entre los jóvenes. La participación regular en actividades físicas durante la juventud y la adolescencia:

- Ayuda al crecimiento sano de músculos, huesos y articulaciones.
- Ayuda a controlar el peso, crear tejido muscular y reducir el tejido graso.
- Previene o retrasa el desarrollo de hipertensión arterial y ayuda a reducir la tensión arterial en algunos casos de hipertensión.
- Ayuda a controlar y reducir los niveles de colesterol en sangre.
- Reduce los sentimientos de ansiedad y depresión y aumenta la autoestima.
- Mejora la forma física.
- Facilita las relaciones sociales: los propios jóvenes dicen que les gusta la actividad física porque es alegre, hacen amigos y les ayuda a alcanzar habilidades, estar en forma y verse mejor”.

(En línea)

http://books.google.es/books?id=soNTH__9HIIC&pg=PA46&dq=como+ayuda+el+deporte+a+los+jovenes&hl=es&sa=X&ei=XgCDUt7VNq6gsQThgoCgBw&ved=0CEIQ6AEwAQ#v=onepage&q=como%20ayuda%20el%20deporte%20a%20los%20jovenes&f=false

Elementos que constituyen un programa deportivo

En estos programas se necesita tanto de recursos humanos como técnicos, aquí los reporteros, camarógrafos y demás personas que integran este equipo de trabajo juegan un papel muy importante ya que de ellos depende una amplia parrilla de programación de su programa.

Aquí se exige la presencia de personal especializado en este ámbito, pues resulta en algunos casos complejo el desarrollo de este tipo de información pues para ser un periodista deportivo se necesita conocer a fondo el acontecer de los temas deportivos.

¿Cómo se deben estructurar los programas deportivos?

Los programas deportivos, deben de estructurarse de una manera en la que el receptor entienda el contenido que se está transmitiendo.

Este contenido tiene que estar en forma clara y ordenada, el presentador tiene que saber acerca del tema que está tratando, debe existir variedad en las notas, pues el deporte no solo se concentra en una sola disciplina sino en varias, que son llamativas.

Es necesaria una interacción con otro sujeto (puede ser otro presentador, o con la audiencia misma) de tal manera que haga de su programa algo entretenido y a la vez informativo.

¿Cómo elaborar un programa deportivo?

Para elaborar un programa deportivo se necesita de:

Idoneidad.- que haya coherencia en las notas.

Atractivo servicial.- debe ser diseñado pensando en la posible audiencia, tiene que ser atractivo de tal manera que influya a que la gente siga viendo el programa.

Singularidad.- no debe haber otro programa que se le aparezca, este debe ser único, tiene que tener algo que lo diferencie de los otros.

Innovador.- tiene que contener hechos novedosos.

Todo programa debe satisfacer al televidente, de manera que haga que lo siga sintonizando.

Además debe contar con una serie de recursos humanos y técnicos que puedan realizar esta importante labor.

Escenografía

La escenografía es la decoración que se hace para los escenarios para cualquier representación, así lo manifiesta Rafael Portillo (1995, p.88)

Es el conjunto de decorados que se montan en el escenario para una representación teatral. Estos decorados están constituidos por una serie de elementos de muy diversa índole: telones, bambalinas, muebles y objetos en general que configuran un lugar o espacio cualquiera de la representación. La escenografía, por lo tanto es una representación del teatro que contribuye a que nos traslademos a cualquier lugar y situación en el espacio y en el tiempo durante los minutos que dura algo tan efímero como es el espectáculo. El diseño de la escenografía y su realización abrirán muchísimas perspectivas a la imaginación y la creatividad.

La escenografía es la carta de presentación de un programa determinado, debe contener un diseño atractivo para los televidentes y cómodo para el presentador del programa.

HIPÓTESIS

Si se incorporan estrategias para mejorar el programa Uv deportes, de Uv televisión de la ciudad de Loja, tendrá mayor sintonía.

Operacionalización de las variables:

Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Mejora del programa.	<i>Mejorar el guión.</i> <i>Mejorar estructura.</i>	Grabación y edición Mejor estructurada Debe ser interactivo, singular. Mejorar la escenografía	<ul style="list-style-type: none"> • Nitidez • Coordinación entre camarógrafo y reportero • Selección adecuada de las tomas realizadas • Equipo: reporteros, camarógrafos, personal especializado. • Se invita a personal. • Coherencia de la escenografía con el carácter del programa. • Actualización del banner. 	<p>Cuestionario a camarógrafos y periodistas.</p> <p>Entrevista al editor y reporteros.</p> <p>Cuestionario al director del programa.</p> <p>Ficha de observación, entrevista al director del programa.</p> <p>Ficha de observación</p> <p>Ficha de observación</p>
Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores	Ítems (Escalas)	Instrumentos
<i>Mayor Sintonía</i>	Sintonía	<i>Porcentaje de hogares que ven el programa.</i>	Entre 1-2% (bajo) Entre < 2 a 5% (mediano) Más del 5% (alto)	Cuestionario para los televidentes.
	Sostenibilidad	<i>Saber si es sostenible.</i>	Está financiado Existen los recursos humanos y técnicos.	Ficha de observación del programa.

f.- METODOLOGÍA

La metodología a emplearse en el desarrollo de la presente investigación está de acuerdo a las características y requerimientos del tema.

Para la presente investigación se utilizará los siguientes métodos, procedimientos y técnicas que servirán para investigar el problema de investigación.

Métodos

Descriptivo

Se lo utilizará con el objetivo de describir las características actuales del programa Uv deportes, así como en diferentes situaciones que se presentan en el programa.

Analítico

Se lo utilizará para analizar el problema objeto de investigación, desde un punto de visto crítico-propositivo.

Sintético

Servirá para sintetizar la información que se recabe en miras a su análisis. Este método será aplicable en la discusión de la información lo que facilitará construir las conclusiones.

Estadístico

Servirá para tabular los datos obtenidos, medir los ítems de las variables, con ello se facilitará el análisis correspondiente.

Técnicas

En la presente investigación se utilizará técnicas que se integran en los procedimientos concretos que desde la investigación se utilizará para lograr información. Además, las técnicas son específicas y tienen un carácter práctico y operativo.

Es por ello que las técnicas a emplearse en el desarrollo de la presente investigación están de acuerdo a las características y requerimientos del tema, previéndose las siguientes:

La observación

Se la empleará para observar de manera espontánea, el carácter de la escenografía, y la interactividad del programa, entre otros.

La encuesta

Esta técnica servirá para la recopilación de información, la misma que complementará a la observación, dando datos verídicos y sustentados referentes a al personal que labora en el programa Uv deportes.

La entrevista

Servirá para establecer un diálogo previamente acordado con el director del programa, quien aspiramos a que brinde información respecto a la estructura técnica y el equipo de trabajo del programa.

Instrumentos

Ficha de observación

Servirá para registrar los datos respecto a la escenografía del programa televisivo Uv deportes de la ciudad de Loja.

Población y muestra

La población de la presente investigación estará conformada por informantes de calidad constituidos por los representantes de los siguientes estratos:

Dirigentes deportivos	Alumnos de los clubs	Entrenadores de fútbol	Entrenadores de FDPL	Deportistas Destacados	TOTAL
10	80	10	15	10	125

PROCEDIMIENTO

Para cumplir con los objetivos específicos planteados en el presente trabajo de investigación se realizará el siguiente procedimiento.

Objetivo uno.- Fundamentar científicamente un programa deportivo televisivo.

Para dar cumplimiento a este objetivo se procederá a conocer los conceptos y categorías básicas. Se utilizará las técnicas de mapa mental, diagramas jerárquicos y mapas conceptuales, una vez establecidos los primeros conceptos y categorías se procederá a buscar en bibliotecas, internet, hemerotecas y otras fuentes, de las cuales se seleccionará la más importante la misma que servirá para la realización de la revisión de la

literatura, al final de todo esto se procederá citar a los autores en la bibliografía de este proyecto de investigación.

Objetivo dos.- Explicar las estrategias que se utilizan para ampliar la sintonía de los programas televisivos.

Una vez que esté clara la inquietud respecto a la construcción del marco teórico, se irá a buscar información en sitios especializados como la internet, esto servirá para presentar en el marco teórico del trabajo de investigación, al mismo tiempo servirá para generar la propuesta que se quiere ejecutar en la presente investigación.

Objetivo tres.- Caracterizar la estructura del programa UV Deportes y su funcionalidad.

Se diseñará instrumentos como las encuestas y fichas de observación, que serán aplicadas a la población escogida, luego se procesará la información con el fin de conocer la opinión ciudadana, después de realizar esta actividad se hará el respectivo análisis para plantear las conclusiones del presente trabajo investigativo.

Objetivo cuatro.- Elaborar estrategias para ampliar la sintonía del programa UV Deportes de UV Televisión.

Para cumplir con este objetivo se tomará en cuenta dos aspectos fundamentales, tales como la información que se ha recabado en el proceso de investigación, y las experiencias de las personas para que con esto se

pueda solucionar los problemas, que afectan de cierta manera para la realización del programa deportivo Uv deportes.

Objetivo cinco.- Valorar las estrategias para ampliar la sintonía del programa UV Deportes de UV Televisión.

Socializar la propuesta, invitando a los autores interesados en esta investigación, con fin de dar a conocer las estrategias que se utilizarán para dar mejor sintonía al programa Uv deportes del canal Uv televisión.

g.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MESES	2014										2015										
	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEP	OCT	
ACTIVIDADES																					
Elaboración del proyecto de Tesis	xx																				
Presentación del Proyecto	xx																				
Revisión y correcciones del proyecto		xx																			
Aprobación del Proyecto			Xx																		
Investigación de Campo			Xx	xx																	
Análisis de Resultados					xx																
Organización y análisis de la información						xx															
Conclusiones y recomendaciones							xx														
Formulación de la propuesta								xx													
Socialización de la propuesta									xx												
Trámites para la Aptitud Legal										x	x	x	x	x	x						
Designación del Tribunal de Grado																x	x	x			
Disertación Privada de Tesis																		x	x		
Disertación publica de la tesis																					x

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

❖ Recursos humanos

- Postulante a la graduación
- Director de tesis
- Docentes que conformarán el Tribunal de tesis

❖ Recursos materiales

- Computadora
- Pendrive.
- Hojas de papel bond.
- Internet

❖ Presupuesto

RUBRO	CANTIDAD	PRECIO TOTAL (USD)
Equipos de oficina	Varios	\$ 200.00
Materiales de oficina	Varios	\$ 150.00
Internet	-	\$ 100.00
Libros	Varios	\$ 50.00
Transporte	-	\$ 200.00
Imprevistos	-	\$ 300.00
Total		\$ 1.000

i.- BIBLIOGRAFÍA

- CASTRO, M. P., GUTIÉRREZ, C. A., GÓMEZ, J. P., (2002) La verdadera realidad del rating en Colombia. Tesis publicada, Universidad de la Sabana, Santa Fe de Bogotá, Colombia.
- IÑIGUEZ, José, *Comunicación Electrónica: La Televisión*, Módulo de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, Loja, 2010.
- PORTILLO, Rafael, el teatro en tus manos –iniciación a la práctica escénica, edición 1995, página, 88.
- RINCÓN-ESTRELLA, Televisión: Pantalla e Identidad, Quito, 1999.

WEB-GRAFÍA

- http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_deportivo. Consultado el 4 de noviembre de 2013.
- http://es.wikipedia.org/wiki/UV_Televisi%C3%B3n. Consultado el 4 de noviembre de 2013.
- <http://www.dgamers.net/archive/index.php?t-108994.html&s=c7822238ef89290f5ab94e8c7010ac25>. Consultado el 5 de noviembre de 2013.
- <http://www.slideshare.net/13822985/elaboracion-de-programas-deportivos>. Consultado el 6 de noviembre de 2013.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte>. Consultado el 9 de noviembre de 2013
- <http://www.taringa.net/posts/salud-bienestar/13758752/Los-8-deportes-mas-practicados-en-el-mundo-y-sus-beneficios.html>. Consultado el 11 de noviembre de 2013.

- http://books.google.es/books?id=soNTH__9HIIC&pg=PA46&dq=como+ayuda+el+deporte+a+los+jovenes&hl=es&sa=X&ei=XgCDUt7VNq6gsQThgoCgBw&ved=0CEIQ6AEwAQ#v=onepage&q=como%20ayuda%20el%20deporte%20a%20los%20jovenes&f=false. Consultado el 15 de Noviembre de 2014.

OTROS ANEXOS

ACTA DE SOCIALIZACIÓN

Acta de socialización de la propuesta “RESTRUCTURACIÓN DEL LIBRETO Y SET DEL PROGRAMA UV DEPORTES DE UV TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA”

En la ciudad de Loja a los diecisiete días del mes de abril de 2015, previa acuerdo entre el Lic. José Iñiguez Director del programa Uv Deportes del canal Uv Televisión, Héver Sánchez docente de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja y de los estudiantes Jonathan Pilozo y Oscar Cruz y la tesista Gladys Saraguro, nos reunimos en la biblioteca de la Carrera de Comunicación Social, las personas citadas asistieron, con el objetivo de socializar la propuesta. Esta socialización se realizó en base al siguiente orden del día.

- 1.- Apertura de la sesión y bienvenida del autor.
- 2.- Información básica de los resultados de la investigación realizada en relación el tema.
- 3.- Análisis de la propuesta y criterios para su mejora.
- 4.- recomendaciones generales.

Desarrollo

En el primer punto, la Sra. Gladys Saraguro dio la bienvenida.

En el segundo punto, la autora de la tesis expuso los principales datos ante los participantes.

En el tercer punto, la autora de la tesis expuso detalladamente la propuesta, la misma que consta de la restructuración del libreto y del set del programa antes mencionado, con el fin de posesionarse como uno de los mejores programas deportivos de la ciudad y de la Región sur del Ecuador. Luego de haber expuesto el trabajo se abrió el foro en donde participaron los asistentes con sus valiosos criterios. Así el Lic. José Iñiguez Director del programa, felicitó a la autora por el valioso aporte que le brinda al programa y las ideas innovadoras que tiene para llegar a ganar más audiencia.

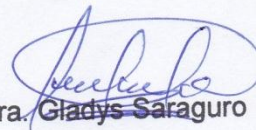
Siendo las 10h00 horas del día diecisiete del mes de abril de 2015, se dio por terminada la reunión de socialización y quedó comprometido el Director del programa a contribuir para que se ejecute la propuesta.

Para constancia de lo descrito firman.



Lic. José Iñiguez Cartagena

**Director del programa Uv
Deportes**



Sra. Gladys Saraguro

**Postulante de la Carrera de
Comunicación Social de la
Universidad Nacional de Loja**

FOTOGRAFÍAS DE LA SOCIALIZACIÓN



ENCUESTA



Universidad Nacional de Loja
Área de Educación el Arte y la Comunicación
Carrera en Ciencias de la Comunicación Social

Señores televidentes:

La carrera de comunicación social, a través de la presente investigación, está interesada en conocer su opinión acerca de las características que tiene el programa Uv deportes de Uv televisión, de manera muy comedida le solicitamos de contestación a la siguiente encuesta.

Datos Generales

Género: M () F () Edad:..... años

Profesión/Ocupación:..... Nivel de
Instrucción:

Información específica

1. ¿Sintoniza usted programas deportivos difundidos en televisión?

Si ()

No ()

2.- ¿Sintoniza usted el programa Uv deportes del canal Uv televisión?

Si ()

No ()

En caso de que su respuesta sea **No**. Le agradecemos su colaboración; y, en caso de que sea **Si**, le rogamos seguir contestando las siguientes preguntas:

3.- ¿Con qué frecuencia lo sintoniza?

Más de una vez a la semana ()

Más de dos veces al mes ()

Siempre ()

4.- ¿Es de su agrado la información que emiten en este programa?

Si ()

No ()

5.- ¿Según su criterio, la información de dicho programa es variada?

Si ()

No ()

6.- ¿Le gustaría que el programa sea variado?

Si ()

No ()

7.- ¿le gustaría que el programa tenga interacción con el público?

Si ()

No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ENTREVISTA

ENTREVISTA REALIZADA AL LICENCIADO JOSÉ ÍÑIGUEZ CARTAGENA, DIRECTOR DEL PROGRAMA UV DEPORTES DEL CANAL UV TELEVISIÓN.

1.- ¿Ha tenido otras experiencias en periodismo deportivos?

Bueno he venido trabajando en este ámbito durante muchos años, lo hice en principio en radio Nacional Progreso, para después de manera personal asumir el relato deportivo en estaciones radiales como: Radio Loja anteriormente 97.9, y también en radio Universitaria 98.5, en donde ha habido una presencia durante varios años.

En lo que a televisión se refiere, tuve una participación durante varios años en el programa depor tv de Gamavisión en ese entonces estaba bajo la conducción de Carlos Sandoval y José Granizo y el corresponsal era yo, a través del envío de material informativo sobre la actividad que se realizaba en la provincia de Loja.

2.- Coméntenos ¿Cómo nació el programa Uv Deportes?

Atendiendo un pedido de dirección y la gerencia del canal Uv televisión en julio del año 2003 se dio inicio al programa Uv deportes , este pedido, esta apertura que se dio en el canal ocurrió luego del fallecimiento del licenciado José Alberto Coronel quien tenía el programa “Ovación”, y con su desaparición física quedó prácticamente vacío ese espacio de televisión, razón por la cual entonces los directivos de esta empresa televisiva tuvieron acercamiento personal a conversar y arribaron a un acuerdo para llegar adelante este programa.

3.- ¿Qué tipo de información, se transmite en su programa?

Es información de carácter deportivo, hemos priorizado la información en este ámbito particularmente lo local en la ciudad y provincia de Loja, en razón que los demás canales con cobertura nacional obviamente priorizan la actividad deportiva a nivel nacional e internacional, entonces teniendo ese antecedente, uno de los principales objetivos en cuanto a la difusión de la actividad deportiva que se refiere es que lo hacemos a nivel local; y en lo local también obviamente se reflejan unos otros aspectos que tiene que ver con lo nacional.

No hemos descuidado incluso actividades trascendentes en el ámbito nacional e internacional cuando lo amerita, fundamentalmente nuestro programa en su agenda contempla el deporte escolar, el deporte intercolegial, el deporte barrial, el deporte amateur o aficionado, entonces cada una de las disciplinas, es importante destacar también que la mayoría de programas deportivos particularmente se enfocan en el fútbol, en nuestro programa tiene obviamente el fútbol su difusión pero también lo tienen las demás disciplinas, hay que considerar que hay disciplinas que no tiene, mucho aliento, mucho espacio, mucho apoyo de parte de los programas deportivos en tanto que Uv deportes sí lo tienen, en el caso del ajedrez, del atletismo, del taekwondo, de los deportes de contacto en general, además todas las disciplinas que se practican en nuestra provincia.

4.- ¿Cree usted que debería mejorar el contenido del programa?

Siempre será necesario trabajar para mejorar, es un proceso, una exigencia dialéctica la realización de los cambios e innovaciones que puedan efectuar,

en el caso del programa Uv Deportes ha venido desde su aparición hasta la actualidad sufriendo una serie de innovaciones de la mano con la dinámica social, entonces no solo que en la actualidad hay informaciones de carácter informativo, es decir apelando a géneros como la noticia, también hemos implementado la utilización de otros géneros de periódicos como la entrevista en vivo el reportaje, ocasionalmente también se utiliza el género de opinión aunque no es una constante, y en los últimos años hemos implementado lo relacionado con la fisiología del ejercicio y la fisiología del deporte, con el propósito de brindar también algunos elementos sobre todo en cuanto se refiere a la formación de los deportistas en cuanto a los cuidados que se debe tener para la práctica del deporte.

Pero independientemente de estos cambios que se han realizado siempre será necesario efectuar los cambios que fuesen requeridos, hay la apertura, la predisposición en lo personal de llevar adelante los cambios, en lo que tiene que ver con los contenidos, con la forma y estructura en general de este programa deportivo, es indudable que las exigencias actuales y sobre todo los requerimientos informativos de la colectividad cada vez son mayores.

FICHA DE OBSERVACIÓN

Universidad Nacional de Loja
Área de Educación el Arte y la Comunicación
Carrera en Ciencias de la Comunicación Social

Ficha de observación

Objeto a observar: El programa Uv deportes de Uv Televisión.

Fechas: Julio 2014

Nombre de la observadora: Karina Saraguro

Códigos

MB= Muy Bueno

Bueno= Bueno

R= Regular

Aspecto a observar	Calificación del nivel de la observación			Comentario
	MB	B	R	
Organización del Set de televisión, en general (Recursos Materiales)			X	
Background		X		
Cámaras, luces			X	
Mesas, sillas			X	
Talento Humano (personal que labora en el programa)		X		

ÍNDICE

CONTENIDO	Pág
PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO.....	vii
MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS.....	viii
ESQUEMA DE TESIS.....	ix
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN (CASTELLANO E INGLÉS).....	2
c. INTRODUCCIÓN.....	5
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN.....	6
¿QUÉ ES TELEVISIÓN?.....	8
HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN LOJA.....	9
Breve historia de Ecotel tv.....	10
Historia de Uv Televisión.....	11
PROGRAMAS TELEVISIVOS.....	15
EL GUIÓN DE TELEVISIÓN.....	16
PROGRAMAS DEPORTIVOS.....	17

AUDIENCIAS.....	21
LA INVESTIFGACIÓN DE AUDIENCIAS.....	22
LA MEDICIÓN DE AUDIENCIAS EN TELEVISIÓN.....	23
ESCENOGRAFÍA.....	24
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	26
f. RESULTADOS.....	31
g. DISCUSIÓN.....	48
h. CONCLUSIONES.....	55
i. RECOMENDACIONES.....	56
PROPUESTA ALTERNATIVA-----	57
j. BIBLIOGRAFÍA.....	67
k. ANEXOS.....	70
a. TEMA.....	71
b. PROBLEMÁTICA.....	72
CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA-----	72
SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMATICA-----	73
DELIMITACIÓN DEL OBJETO INVESTIGADO-----	75
c. JUSTIFICACIÓN.....	76
d. OBJETIVOS.....	78
OBJETIVO GENERAL-----	78
OBJETIVOS ESPECÍFICOS-----	78
e. MARCO TEÓRICO.....	79
GÉNEROS PERIODÍSTICOS-----	79
EL GUIN DE TELEVISIÓN-----	81

DIFUSIÓN DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN-----	82
PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN.....	83
¿QUÉ ES RATING?-----	83
¿QUÉ ES DEPORTE?-----	86
LAS DISCIPLINAS DEL DEPORTE MÁS PRACTICADAS EN EL MUNDO Y SUS BENEFICIOS-----	87
COMO AYUDA EL DEPORTE A LA JUVENTUD-----	88
ELEMENTOS QUE CONSTITUYEN UN PROGRAMAS DEPORTIVO.....	89
¿CÓMO ELABORAR UN PROGRAMA DEPORTIVO?-----	90
ESCENOGRAFÍA-----	91
f. METODOLOGÍA.....	93
MÉTODOS.....	93
METODO DESCRIPTIVO-----	93
MÉTODO ANALITICO-----	93
MÉTODO SINTETICO-----	93
MÉTODO ESTADÍSTICO-----	94
TÉCNICAS-----	94
INSTRUMENTOS-----	95
g. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	98
h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....	99
i. BIBLIOGRAFÍA.....	100

OTROS ANEXOS.....	102
ÍNDICE.....	111