



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA

COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

**ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DEPORTIVO RADIAL DE LA CIUDAD
DE LOJA, EN LOS MESES DE ENERO DEL 2018 A MARZO DEL 2018**

Tesis previa a la obtención del grado
de Licenciada en Ciencias de la
Comunicación Social.

AUTORA Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

DIRECTOR Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade Mg. Sc.

LOJA - ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN

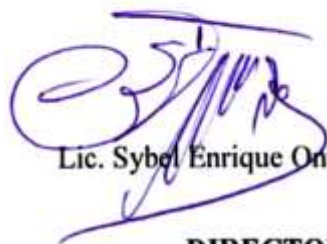
Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade Mg. Sc.

DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN 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 de la Universidad Nacional de Loja, la elaboración de la tesis titulada: **ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DEPORTIVO RADIAL DE LA CIUDAD DE LOJA, EN LOS MESES DE ENERO DEL 2018 A MARZO DEL 2018**, cuya autoría corresponde a la egresada Valeria Cecibel Astudillo Cabrera, previo a la obtención del grado de **LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**, por lo tanto autoriza su presentación y sustentación pública ante el tribunal examinador.

Loja, 7 de enero del 2019



Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Valeria Cecibel Astudillo Cabrera, declaro ser autor 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 del mismo.

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

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Firma:



Cédula: 1104580970

Fecha: Loja, 07 de Marzo del 2019


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

Yo, Valeria Cecibel Astudillo Cabrera, declaro ser la autora de la tesis titulada, **ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DEPORTIVO RADIAL DE LA CIUDAD DE LOJA, EN LOS MESES DE ENERO DEL 2018 A MARZO DEL 2018**, como requisito para optar por 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 en el Repositorio Digital de la Institución.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Por la constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los siete días del mes de Marzo del dos mil diecinueve.

Firma.....

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Cédula: 1104580970

Dirección: Loja, Cda del Maestro, Calles: Santo Domingo de los Tsáchilas y Avenida Guayaquil

Correo Electrónico: valeriaatu24@hotmail.com

Teléfono: 0985704490

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de la Tesis: Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade Mg. Sc.

Tribunal de Grado:

Presidente: Lic. José Ángel Iñiguez Cartagena Mg. Sc.

Primer Vocal: Lic. Mónica Hinojosa Becerra Mg. Sc.

Segundo Vocal: Lic. Vanessa Karina Duque Rengel Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud a las autoridades del Alma Mater, en especial a quienes pertenecen a la Carrera de Comunicación Social, al cuerpo de docentes y personal administrativo, a mi director de tesis el Lic. Sybel Ontaneda por el tiempo, esfuerzo, dedicación y profesionalismo, que permitieron desarrollar esta investigación en base a sus conocimientos y experiencia, logrando la terminación de mis estudios con éxito.

De manera especial al Lic. Pedro Monteros y al Dr. Milton Andrade, por el apoyo y motivación que han inspirado el tema de mi tesis, a los periodistas deportivos de Loja, los de antaño y los actuales, pues gracias a su cooperación se pudo desarrollar la investigación.

A mis amigos y familiares, por cada mensaje de ánimo que permitían que mi persona se llenara de fortaleza y decisión para la pronta culminación de mi tesis.

LA AUTORA

DEDICATORIA

A mis dos seres de luz, mi madre Cumandá y mi hermano Gabriel, por el ejemplo que dejaron marcado en mi vida, la fuente esencial para seguir sin desmayar.

A mis dos ángeles terrenales, mis hijos Sofía y Pablo José, mi motivación constante para cada esfuerzo y cada paso en el transcurrir de mis días.

A mi papi Ángel, por su apoyo infinito y el amor incondicional para mí y mis hijos. A mis hermanos Leonardo, Vinicio y Martín, por no dejarme desmayar en los momentos más difíciles en el paso de mis estudios.

A mis abuelitos Sergio y Servelia, por su cariño inmenso y por ser mi soporte en momentos de aflicción.

A toda mi familia y amigos, por creer en mí.

Valeria

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN											
TIPO DE DOCUMENTO	AUTORA/ TÍTULO DE LA TESIS	FUENTE	FECHA AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DESAGREGACIONES	OTRAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIO O COMUNIDAD		
TESIS	<p>Valeria Cecibel Astudillo Cabrera /</p> <p>ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DEPORTIVO RADIAL DE LA CIUDAD DE LOJA, EN LOS MESES DE ENERO DEL 2018 A MARZO DEL 2018</p>	UNL	2019	ECUADOR	Zona 7	Loja	Loja	El Valle Sucre Punzara	Central La Argelia	CD	Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

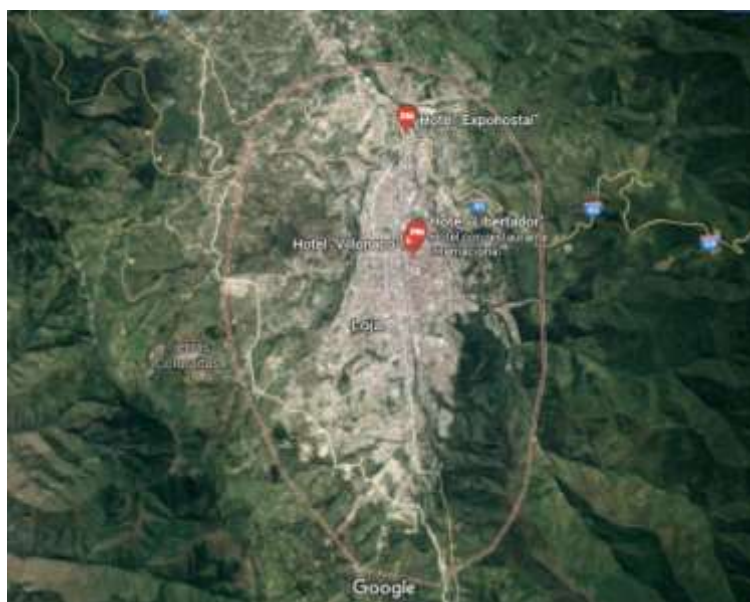
MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

MAPA GEOGRÁFICO DEL CANTÓN LOJA



Mapa geográfico de la provincia de Loja. [Mapa]. (2017).
Obtenido de: www.google.com.ec/search_open_in_new

CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN CIUDAD DE LOJA



Croquis del cantón Loja [Croquis]. (2018).
Obtenido de: <http://www.google.com.ec/maps>

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
- ix. ESQUEMA DE TESIS
 - a. TÍTULO
 - b. RESUMEN
ABSTRACT
 - c. INTRODUCCIÓN
 - d. REVISIÓN DE LITERATURA
 - e. MATERIALES Y MÉTODOS
 - f. RESULTADOS
 - g. DISCUSIÓN
 - h. CONCLUSIONES
 - i. RECOMENDACIONES
 - PROPUESTA ALTERNATIVA
 - j. BIBLIOGRAFÍA
 - k. ANEXOS
 - PROYECTO DE TESIS
 - OTROS ANEXOS

a. TÍTULO

ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DEPORTIVO RADIAL DE LA CIUDAD DE LOJA, EN LOS MESES DE ENERO DEL 2018 A MARZO DEL 2018.

b. RESUMEN

Esta investigación realizó un proceso de recolección y análisis de datos de los periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja, en donde encontramos varias falencias reconocidas en primera instancia en el discurso utilizado por cada uno de ellos al momento de informar, más aún cuando el periodismo deportivo sobresale como una modalidad informativa de alto impacto social. En primera instancia se realizaron varias encuestas a todos quienes laboran en radios y justamente en programas deportivos, se establecieron preguntas de esta área informativa referidas a su preparación profesional y al tiempo e instancias en las que llevan laborando dentro de ello. Los programas deportivos radiales en Loja sobresalen por su repercusión tanto por la parte informativa como publicitaria, sin embargo, por medio de esta investigación se ha descubierto que no siempre se manejan de manera profesional los datos o noticias vertidos en estos espacios, siendo una muestra panorámica del pobre desarrollo que ha tenido esta rama del periodismo especialmente en nuestra ciudad. Por ello, se ha establecido la realización de un taller en el que se puedan plasmar las nuevas tendencias de hacer periodismo, tanto en la parte discursiva como en la práctica, con el apoyo de instituciones especializadas en dichos temas como la Comisión Académica de la Federación Ecuatoriana de Fútbol por medio de su filial, la Asociación de Fútbol Profesional de Loja, en conjunto con la Carrera de Comunicación Social de la universidad Nacional de Loja. Esta investigación, que se encuadra dentro del marco de la programación deportiva radiofónica y el periodismo deportivo especializado, ofrece un análisis interpretativo de diferentes variables cuyo estudio permite conocer la estrategia competitiva de cada uno de estos espacios, además de definir las nuevas herramientas por las cuales están transmitiendo su información como los medios digitales (radios online-redes sociales).

Palabras clave: Radio, deporte, información, periodismo, programación radiofónica, Loja.

ABSTRACT

This investigation carried out a process of data collection and analysis of the radial sports journalists of the city of Loja, where we found several flaws recognized in the first instance in the discourse used by each of them at the time of reporting, especially when journalism sports stands out as an informative modality with a high social impact. In the first instance several surveys were carried out to all those who work in radios and precisely in sports programs, questions of this informative area were established referring to their professional preparation and to the time and instances in which they have been working within it. The radial sports programs in Loja stand out for their repercussion both for the informative and advertising side, however, through this investigation it has been discovered that the data or news poured into these spaces is not always handled in a professional manner, being a panoramic sample of the poor development that this branch of journalism has had especially in our city. Therefore, it has been established the realization of a workshop that can capture the new trends of journalism both in the discursive part as in practice, with the support of institutions specializing in such issues as the Academic Committee of the Ecuadorian Federation of Soccer through its affiliate the Association of Professional Soccer of Loja in conjunction with the career of Social Communication of the National University of Loja. This research, which falls within the framework of radio sports programming and specialized sports journalism, offers an interpretative analysis of different variables whose study allows to know the competitive strategy of each of these spaces, as well as defining the new tools by which They are transmitting their information as digital media (online radios-social networks).

Keywords: Radio, sports, information, journalism, radio programming, Loja.

c. INTRODUCCIÓN

La intención de la presente investigación gira en torno a cómo se da el uso de términos, técnicas e instrumentos de discurso en el periodismo deportivo radial local y determinar la carga semántica que caracteriza el quehacer periodístico en esta rama, sobre todo, al momento de describir eventos deportivos con un encuentro típico del género para que el oyente les dé vivencia.

Además de verificar el nivel profesional con el que cuentan quienes desempeñan este oficio, que se ha constituido durante los últimos años en una de las profesiones más polémicas, ya sea por el sentido mismo de su concepto y por la vinculación de personajes peculiares, que por sus cualidades o defectos periodísticos empíricos o profesionales se han identificado como amantes de esta rama de la comunicación.

Los periodistas deportivos ecuatorianos y específicamente lojanos, con el paso del tiempo han logrado tener su estilo y características propias, una de ellas y la más importante, es el lenguaje o discurso utilizado en cada una de sus coberturas o transmisiones.

En Loja, resulta interesante analizar el discurso utilizado por muchos periodistas que se dedican a la labor deportiva, especialmente en radio. En principio esta actividad era realizada de forma empírica, pero que hoy en día, existe un avance cualitativo merced a la presencia de nuevos actores con formación académica, que le confieren nuevos formatos al periodismo deportivo lojano.

Es por ello que se consideró importante realizar un estudio acerca de la forma de hablar de cada uno de los periodistas deportivos radiales lojanos al momento de dar la información; así como, acerca de su nivel de formación académica profesional, lo que permitió establecer diversos tipos de discurso íntimamente vinculados con ese nivel de formación.

La ejecución de la presente investigación se ejecutó en los métodos analítico, cuantitativo y cualitativo, los cuales permitieron recabar información de grupos focales, análisis de programas radiales, la realización de entrevistas y encuestas, entre otros procedimientos y técnicas. Los contenidos o respuestas que se obtuvieron de ello permitieron establecer las falencias y fortalezas del discurso deportivo radial en Loja y su incidencia en los radioescuchas.

Esto provocó una discusión enriquecedora, pues se pudieron comparar los conceptos actuales versus los conceptos de antaño que divergen mucho entre si y que han marcado una línea, tanto de evolución como de retroceso, en el periodismo deportivo radial local.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. Comunicación

La comunicación se define como un elemento básico generador de la sociabilidad, es a través de ella que el hombre se nutre y preserva su carácter como ser eminente de convivencia, además de promover la solidaridad social y el espíritu cooperativo entre los grupos. Se puede dar de manera direccional e interaccional, presentándose como una cadena de eventos temporalmente ordenados, que empiezan en un emisor y terminan en el receptor, pero por medio de un sistema abierto de interacciones, que se dan en un entorno o contexto determinado.

La teoría crítica, establece una sociedad libre para hacer patentes los obstáculos para su desarrollo y al vincular dicha teoría con la información como crítica de la dominación en el contexto de los medios, la cultura y la comunicación, se corresponde perfectamente con la comprensión de la crítica ofrecida por Marx en la “Introducción a la Filosofía del Derecho” de Hegel en 1844.¹

2. Comunicación y Periodismo

La comunicación junto a la tecnología ha progresado y con ello el poder de influir en la opinión pública, pues ya no está sólo en manos de un grupo que controla los medios de comunicación. La comunicación se puede hacer a través de muchas más vías, ha evolucionado y se ha universalizado y democratizado. Las reglas del juego han cambiado.

¹ Recuperado de <http://glossarium.bitrum.unileon.es/Home/teoria-critica-de-la-informacion>

Hoy en día, todo el mundo se puede convertir en alguien que comunica, en alguien que transmite información y que, según estas nuevas normas, no necesariamente tiene que ser periodista o profesional de la comunicación. Esta situación plantea nuevas interrogantes, nuevas incógnitas: ¿Quién controla la veracidad de las informaciones? ¿Quién asume la responsabilidad de los efectos que las informaciones puedan causar sobre terceras personas? ¿Quién vela para que lo que llega al receptor cumpla con las mínimas normas de deontología?

Es por ello que la comunicación no debe ser tomada a la ligera, sino como la vía por la cual se han desarrollado los diferentes estudios interculturales, que han originado diferentes cambios sociales plasmados en el periodismo como tal, direccionándonos al tipo de comunicación intercultural y periodismo intercultural que proponen una vía metodológica de análisis crítico del discurso, como herramienta para que ocurran los fenómenos sociales y se produzcan cambios de la misma índole. El camino especializado.

3. Discurso

Varias teorías empíricas inician con el concepto en sí del discurso, en donde se le asignan varios elementos según su estructura, sin embargo, el lenguaje como principal herramienta necesita modelos que expliquen cómo se comprende y cómo se usa el discurso en la comunicación.

Una vez determinado el tema de nuestro discurso y compilado el material a utilizarse como fuente teórica, debe elaborarse el discurso. Esta tarea comprende el desarrollo de tres pasos distintos, pero intrínsecamente ligadas entre sí, y que, en esencia, son las mismas etapas utilizadas en la labor literaria. Estas etapas a decir de los especialistas son: la invención, la composición, la elocución. (Albán, 2007, p. 115)

Esta división básica del trabajo literario y retórico que son los discursos, proviene de los antiguos griegos y romanos y ha conservado su vigencia hasta nuestros días, manteniendo la estructura permanente de la composición de un discurso.

3.1. Concepto de discurso

Según sus elementos estructurales, el discurso podría definirse según su lingüística y según su pragmática, estas dos funcionalidades provocan en varios autores algo de confusión al tratar de definir al discurso como tal.

Maingueneau (1976), señala que todo enunciado que trate de persuadir o causar efecto sobre otro individuo podría considerarse que usa discurso. Dicha concepción se hace corta para quienes se encargan de definir al discurso como el enunciado considerado desde el punto de vista del mecanismo discursivo que lo condiciona, un estudio lingüístico de las condiciones de producción de ese texto, hará de él un discurso.

Es el conjunto de palabras ordenadas y estructuradas en torno a una idea con el fin de comunicar un mensaje o ideas a un determinado grupo humano. El discurso es el mensaje que transmite el orador cuando está en contacto con el público y puede ser disertado hasta de 4 maneras: Leído, memorizado, espontáneo y mixto. (Albán, 2007, p. 109)

Según Benveniste (1987), se podría decir que, a partir de los estudios sobre la enunciación, se propone que la lengua se convierte en discurso cuando un sujeto se apropia de ella y la pone en funcionamiento para influir en el otro.

3.2. Desarrollo de discurso

Varias modalidades determinan la construcción del discurso y la descodificación, el análisis de estas modalidades en el paso del tiempo y nuevas investigaciones han incidido para que el discurso como tal se desarrolle y avance.

El éxito del análisis del discurso como nueva disciplina que se cruza con muchas otras, que ya era notable en 1978, ha proseguido durante muchas décadas. Cada año se publican docenas de libros y cientos o quizás miles de artículos, que testimonian lo fructífero que resulta el enfoque analítico del discurso en las humanidades y en las ciencias sociales. (Van Dijk, 1996, p. 147)

Cada vez con mayor frecuencia, las universidades ofrecen programas en análisis del discurso y en los simposios internacionales de varias disciplinas es ya común que se presente una sección especial dedicada a estudios del discurso.

3.3. Componentes del discurso

Tres partes bien definidas componen al discurso en cualquiera de los ámbitos en los que se desarrolle, cada una de estas partes contiene sus propias características y se complementan una a otra para lograr el sentido y el efecto que se requiere sobre un público.

Albán (2007), director de marketing, en Lima-Perú, sostiene las tres partes de un discurso que constan de: introducción que motiva la atención del público y que puede ser fraseológica, anecdótica, humorística, interrogativa y teatralizada.

También está el desarrollo que es la parte central del discurso; y, la conclusión en donde se hace un breve resumen de lo tratado señalando los puntos más importantes, puede ser igualmente fraseológica, con vivas o hurras, por respuesta del público, por agradecimiento y mixta.

3.4. Análisis crítico del discurso

Una clase de investigación analítica sobre el discurso que se refiere, a la manera de abusar de los poderes sociales que son manejados con desigualdad, practicados, reproducidos, esporádicamente pugnados, por textos y el habla en el contexto social y político.

El análisis crítico del discurso, toma explícitamente partido y espera contribuir de manera efectiva a la resistencia contra la desigualdad social. Ciertos principios del análisis crítico del discurso pueden rastrearse ya en la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt desde antes de la segunda guerra mundial (Rasmussen, 1996, s/p.).

Su orientación característica hacia el lenguaje y el discurso se inició con la «lingüística crítica» nacida (principalmente en el Reino Unido y Australia) hacia finales de los años setenta (Fowler, Hodge, Kress y Trew, 1979; Mey, 1985). Una lingüística que permite ver el concepto de análisis y unidad léxica junto a cualquier cosa que se pueda percibir o conceptualizar utilizando un lenguaje natural restringido, primero en base a oraciones en las que se plantea algún requerimiento, otro en el que se da un planteamiento de hechos y se plantea preguntas sobre el sistema y sus combinaciones.

Estos conceptos datan básicamente de la teoría de Noam Chomsky en los años 50, en donde se representa una estructura de lenguajes naturales y que permitió luego de algunos años, a mediados de los 70 aproximadamente, establecer una estructura de lenguajes naturales investigados por parte del Colegio de México, la Escuela Superior de Física y Matemática (ESFM), el Centro Nacional de Cálculo y la UPIICSA del IPN.

4. El discurso en los medios de comunicación

Los medios de comunicación sin duda alguna son los métodos más eficaces por los cuales el discurso ha tomado forma de acuerdo a las diferentes herramientas que estos poseen.

Lizcano (2007), en el V Congreso Latino de Comunicación Social, manifiesta que la importancia de los medios de comunicación es vital para tener una identidad marcada al referirnos al público por medio de un discurso, producto de ello nacen los diferentes grupos y movimientos sociales. Cada elemento existente dentro de un discurso y su estructura como tal manifiesta una producción clara de mensajes que muestran un rostro posible, una historia viable. (...) Las diferentes formas de expresión dentro de la comunicación como medio de justicia social, seguirá representando una de las formas más eficaces de ejercer la protesta y la contra información hasta ahora, sin una supervisión y persecución por parte del Estado, pueden contemplarse como verdaderos actos criminales.

El activismo político es el que más se ha beneficiado de la experiencia de un discurso en los medios de comunicación, a través de la televisión, radio, prensa y redes sociales representa una oportunidad generadora y cohesionadora de identidad altamente creativa y en permanente transformación y que evidencia además un claro esquema organizativo.

4.1. El discurso en la televisión

La televisión como medio de comunicación, tiene la capacidad de utilizar al discurso como un recurso seductor para los espectadores, siendo un atributo único pues no solo se utiliza el habla como tal, sino el mostrar imágenes y sonidos que conjugan un producto lleno de satisfacciones y efectos para los públicos.

Este medio de comunicación audiovisual tiene una portentosa capacidad para ofrecer a sus espectadores un lenguaje seductor que cuenta un mundo imaginario y virtual, con cada vez menos anclajes en el entorno cotidiano que absorbe gran parte de nuestra vida, ofreciéndonos un universo de ficción, no exento de pensamientos ideológicos, tramas manipuladoras y modelos de vida subliminalmente presentados, que si para los adultos es difícilmente reconocible y asimilable, lo es mucho más para las poblaciones infantiles.(Pérez, 2005, p. 198)

El discurso televisivo por lo general es fragmentado, y se debe realizar en base a los parámetros que exige el estar en televisión, con las características propias de una producción coherente al medio por ser de difusión visual y de sonido.

4.2. El discurso en la radio

El discurso radiofónico tiene unas características especiales, fruto de las características narrativas que exige el soporte y de la naturaleza de los elementos con los que se trabaja. En la radio existen dos estilos que necesariamente obligan a diferenciar entre la narración improvisada y la narración que corresponde a la lectura o interpretación de un texto.

Cada variante representa una situación comunicativa diferente, se rige por unas normas específicas, tiene una modalidad expresiva propia y tolera un margen creativo distinto. Los niveles de exigencia y las reglas son muy diferentes en cada caso. No todas las intervenciones radiofónicas están sometidas a un control previo. (Soengas, s/f, p. 2)

A pesar de ello se puede decir que en la radio tiene una presencia importante la improvisación, tanto la natural como la preparada, la mayoría de veces se adquiere más esta vía por ser de mejor manejo tanto para el comunicador como para los oyentes.

5. La Radio

La radio es sin lugar a dudas el medio de comunicación con mayor difusión en todo el planeta. En sus inicios se constituyó el medio más eficaz para la sociedad ansiosa de información, pues tenía más accesibilidad a la misma. Esta vía de comunicación resultó ser mucho más efectiva para la época en la que, solo se podía escuchar un discurso o disfrutar de buena música, en presentaciones en vivo.

Según Biagi (2009), investigador comunicacional, “La radio daba a sus oyentes un informe inmediato de las noticias cuando los eventos mundiales demandaban atención (...) transformó la política estadounidense mediante la transmisión de debates públicos” (p. 117).

La radio se constituía de a poco como el invento más innovador para aquellos días, aunque en la actualidad lo sigue siendo a su manera. Estudios realizados por la Pontificia Universidad Católica de Chile en el año de 1996, revelan que la radio tiene mayor nivel de recepción en sus habitantes, esto en comparación con la televisión.

Si se hiciera la misma investigación en otros países de la región sospecho que obtendríamos resultados similares. Además, a los agoreros de otros medios hay que mostrarles las cifras, nunca estuvieron más saturados, nunca hubo más estaciones y receptores de radio en nuestros países. (López, 2005, p.13).

En el Ecuador las estaciones radiales se encuentran en pleno auge, demostrando que la televisión con sus atributos no necesariamente ha robado espacio de difusión a la misma, al contrario, se ha potenciado con el paso de los años, convirtiéndose en uno de los medios de comunicación que no caduca, sino que se innova y se hace más útil para los usuarios. Esto demuestra que la vía de comunicación tradicional direccional se cumpla comenzando en el emisor y terminando en el receptor, creando un sistema abierto de interacciones que se dan en este entorno y contexto.

Rafael Roncagliolo (1997), considera que la radio sigue siendo el medio de comunicación más universal, puede decirse que los ciudadanos se enteran de las noticias en la radio, lo confirman por la televisión y las reflexionan al día siguiente en la radio.

Hoy en día, la revolución digital en información también ha afectado a la radio, sin embargo, no ha sido un obstáculo ni una excusa para su exterminación, la renovación continúa

y este medio está cada vez más apto para seguir siendo universal, por medio de las nuevas tecnologías que exige el mundo moderno.

En abril del año pasado, Noruega se convirtió en el primer país en eliminar la Frecuencia Modulada (FM) radial. El proceso ha seguido su curso y para enero de 2017 toda la radiodifusión de la nación escandinava será digital. El boom de las radios digitales empezó hace más de una década en Estados Unidos y Europa. Sin embargo, con el paso del tiempo y las mejoras en el servicio de Internet, la emisión digital se tomó rápidamente América Latina. En la actualidad, se estima que cerca de 500 radios digitales se emiten desde Ecuador.²

Cortés (2005), señala que la más generalizada de estas innovaciones, es el llamado audio en flujo, resultado del uso y abuso de los medios en flujo ‘streamming media’ que incluyen el acceso gratuito o pagado a archivos de datos, video o música, desde diversos portales web. Las nuevas tecnologías interconectadas permiten la aparición de nuevos modelos de audiencia, gracias a la flexibilidad de los datos digitales y la acelerada disminución en el precio de los chips de memoria.

5.1. Definición de Radio

Varios son los conceptos que engloban esta vía de comunicación, pues por medio de esta, la sociedad en general ha podido desarrollarse informativamente. Esteinou (1983), manifiesta que la radio como medio es un elemento de la comunicación social, que pone en relación a grupos sociales grandes, mientras que Barlow (1988), lo expresa como un sistema que transmite señales, a través del emisor, codificador y canal. Al ser un acceso comunicacional en donde el emisor puede expresar su sentir acorde a la información que emite, la radio es también la utilización de un estilo acorde con el contenido.

² Más información en <https://www.expreso.ec/guayaquil/lo-digital-el-futuro-de-la-radiodifusion-ecuatoriana-GC334976>

Román (2003), define que todo lo que engloba la radio es el resultado de años de investigación y de la invención de otros artefactos que emergieron gracias a la búsqueda del entendimiento y desarrollo de las posibilidades que ofrecía la electricidad. Berlín (1998), precisa a la radio como un canal de circulación, aparato de recepción, lenguaje de comunicación y modo de producción.

5.2. Características de la radio

La radio al ser un medio de comunicación masivo abarca varios aspectos que van dentro de su estructura como tal, así como de su programación. Según la web educativa, Educarchile (2009), la radio tiene la capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes, al escucharla de forma compatible con el desarrollo de otras actividades. Es también el medio que ofrece mayor libertad, inmediatez, agilidad, accesibilidad, credibilidad, diversidad de la audiencia. A diferencia de otros medios obviamente es más barata, técnicamente sencilla y gratuita. “Es también instantaneidad y fugacidad, tiene ubicuidad llega a todos los lugares y alcanza mucha audiencia. Posee unidireccionalidad, hay un emisor y una serie de receptores que escuchan el mensaje radiofónico. (...) Finalmente tiene sencillez de producción”. (Departamento TIC del Centro Regional de Investigación y Fortalecimiento “Las Acacias”, 2008, p.3)

Aunque obviamente, las características antes mencionadas abarcan en su mayoría todo lo que tiene que ver con radio también se expresa de diferentes formas. Puede ser unisensorial al percibirse únicamente a través del oído y secuencial pues transmite el mensaje de forma lineal en una secuencia que no se puede alterar.

La radio en el seno de los estudios ‘massmediáticos’ tiene su historia particular; sus mitos y héroes propios; su capital. Contra el uso inequívoco, generalizado y casi neutral de modelos teóricos aplicables a cualquier medio de comunicación, se ha desarrollado una tendencia que adapta aquellas

generalidades a las especificidades tecnológicas, lingüísticas y estructurales de cada uno de los soportes que permiten la existencia del llamado sistema de comunicación social. (Berlín, 1998, p. 1)

Desde sus inicios, la radio ha contado con una tradición de intelectuales y experiencias centradas en su uso educativo y comunicativo frente a varias razones que las justifica, por ejemplo, el monopolio estatal. La radio ha representado el medio de comunicación, generador de movimiento de masas a gran escala, es por ello que es importante reconocer las funciones que ha tenido como tal al prestar información a los lugares más recónditos del planeta.

Lozoya (1976), en su artículo “El estatus de la radio y la televisión”, reconoce varias de las situaciones funcionales de la radio en su orden jerárquico. Así pues, señala que ésta permite informar con libertad de emitir y recibir contenidos que educan y cultivan, permite además la publicación de anuncios y entretenimiento y recreación en general.

6. Importancia de la radio a nivel mundial

La radio como medio de información nació de la necesidad misma de la historia, la sociedad requería de un medio de comunicación inmediato y versátil. Para hacer posible esto se necesitó del aporte investigativo de varios expertos en electromagnética y las aportaciones que han dado los mismos en el paso del tiempo.

Los antecedentes más remotos de este medio debemos situarlos con la creación del telégrafo, para dar paso en 1835 a Samuel Morse con la invención del sistema de telegrafía electromagnética. “El tiempo no cesó y fue en marzo de 1876 cuando Alexander Graham Bell transmitió un mensaje a través de un teléfono de su propia invención” (Biagi, 2007, p.119).

Los años pasaron y en 1887 en Alemania, el físico Heinrich Hertz realizó experimentos con nuevas ondas radiales, que luego se conocerían con el nombre de ondas hertzianas y que serían uno de los puntos base para la creación en sí de la radiofusión.

Dichos investigadores aún usaban para sus creaciones, un sistema de cables para realizar con éxito la transmisión de sus mensajes. En realidad, fue Guglielmo Marconi el que transportó el sonido de una campana hacia otra habitación a una distancia de nueve millas y sin usar cables. Estos inventos, “La radio, las técnicas fonográficas y el teléfono pueden ser vistos entonces en sistema, como un conjunto de juegos de vinculaciones espacio/temporales entre sujetos individuales/sociales, que se encuadran en la construcción del mundo tal como lo vivimos actualmente”. (Fernández, 2014, p.37)

Dicho esto, Biagi (2007), manifiesta que el gobierno estadounidense fue el primero en aprovechar la radiofusión y regularla, mediante la aprobación de la Ley de Radios de 1912 que otorgaba permiso a la gente que así lo deseara para transmitir o recibir mensajes.

Varias fueron las experiencias que se dieron en el tema radial en Norteamérica y Europa. Cuando la radio llegó a América Latina la sociedad estaba ávida de este medio de comunicación. Los primeros lugares en poder hacer uso de esta herramienta comunicativa fueron las regiones cercanas al mar.

Los primeros ensayos de radiodifusión en América Latina se lograron a nivel de equipos pequeños, tanto en su alcance como en su recepción. Su manejo técnico y su empleo era sólo de algunas personas, que más lo hacían por pasatiempo, con las características propias de lo que hoy los conocemos como radioaficionados. (García, 1980, p.25)

Argentina fue el primer país en Latinoamérica en hacer radiofusión, el 27 de agosto de 1920 Sociedad Radio Argentina es la primera emisora en hacer una transmisión al aire. Este hecho

provocó el origen de varias asociaciones que hacen referencia a la radiofusión latinoamericana. Aseverando lo anterior, Pullero (2011), afirma que, en 1972 nace la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) a partir de la confluencia de 18 escuelas radiofónicas vinculadas a la Iglesia Católica.

Pero había algo más que influyó en el tema de la inserción de la radio en esta parte del planeta, y es justamente las bases culturales que están enraizadas en cada uno de los países latinoamericanos. “En diferentes lugares del quehacer comunicacional se trabaja en la definición de métodos eficaces para enfrentar la penetración cultural y a la vez ideológica. Uno de ellos está en la práctica de algunas emisoras populares de América Latina.”. (Correa, 2002, p. 18).

Así lo confirma, Ballesteros (2012), quien hace alusión a los múltiples frutos del texto sonoro para la alternativa de desarrollo de sus localidades; anuncia y denuncia en El Salvador; educa en Colombia; favorece a indígenas en Bolivia, es decir, se compromete en la vida cotidiana de varias sociedades.

La radio latinoamericana ha tomado en serio su responsabilidad educativa movilizándolo a la población, defendiendo las identidades culturales, devolviéndole a la gente la palabra: ha empoderado a la ciudadanía en el reclamo de sus derechos y ha democratizado los contenidos aprovechando la radio como medio de comunicación. (López, 2008, p. 1)

Entre los medios de comunicación masiva, la radio fue y sigue siendo la de mayor cobertura y aceptación en la región latinoamericana. Es difícil encontrar, incluso en el altiplano o en la profundidad de la selva amazónica, un hogar donde no haya un receptor de radio.

7. Géneros y formatos en radio

Merayo (1992), manifiesta que los géneros son cada uno de los modos de armonizar los distintos elementos del mensaje radiofónico de forma que la estructura resultante pueda ser reconocida como pertenencia a una modalidad característica de la creación y difusión radiofónica. Por su parte Hayen (2004), indica que los géneros son una estrategia comunicativa adaptada a las leyes de traducción del canal radiofónico y que da por resultado mensajes de distinto tipo.

Cebrián (1992), define a los géneros de radio como un conjunto de procedimientos combinado de reglas de juego previamente establecidas, reconocidas y desarrolladas reiteradamente durante un tiempo por varios autores. Mientras que Hortelano (2008), comenta que los géneros radiofónicos son categorías de programas que se fundamentan en un acuerdo implícito entre emisores y receptores conforme a un conjunto de reglas de producción institucionalizadas y reconocibles.

Bezunartea (1994), ve a los géneros como un principio de orden que facilita el trabajo en común, procura la homogeneidad, el tratamiento y agiliza la tarea de elaboración de los productores y de comprensión de los receptores de los mensajes.

La Noticia. _ La noticia es el formato radial tradicional en donde se presenta la información radiofónica, por medio de boletines informativos e informativos principales. Soengas (2003), manifiesta que el arranque o encabezamiento de la noticia está compuesto por los principales elementos que hacen el hecho noticiable, especialmente el sujeto de la información, el Quién y el Qué. En el cuerpo de la noticia se introducen los elementos secundarios, como el Cuándo,

el Dónde y el Por qué, cuando sea posible, junto a las redundancias que es necesario introducir para facilitar la decodificación y adaptar los contenidos informativos al medio radiofónico. En la radio la noticia se enriquece debido a los diferentes productos de audio que se dan como cortes de voz, que en su mayoría provienen de quienes protagonizan todo lo que tiene que ver con la noticia en sí.

Entrevista. _Es el género radial en donde la fuerza de sus testimonios reside la información, por medio de ella se fundamenta con conocimientos y diferencia de criterios un tema en específico llenándose de credibilidad.

Toda entrevista debe tener una preparación previa que pasa por distintas fases de planificación, eligiendo al entrevistado, dando un objetivo a la entrevista, documentarnos sobre el entrevistado y los temas a tratar, definiendo un cuestionario previo y la estrategia narrativa y comunicativa y en lo posible teniendo una entrevista previa con el personaje. (Ramón y Yaguana, 2013, p.131)

En un medio radial la entrevista se la compara como a una foto en un medio impreso, pues por medio de ella se obtiene un plus o valor significativo, los testimonios llegan a ser la prueba explícita de un hecho noticioso.

Editorial. _ Un pequeño espacio introducido dentro de una programación regular noticiosa, manejado principalmente por una misma voz locutora y que representa institucionalmente a la radio en donde es transmitida la programación.

La radio expone sus propias ideas y opiniones a través de la nota editorial. El editorialista es un formador de la opinión pública, mediante la búsqueda de la verdad, en uso de su propia subjetividad que es, por lo general, la línea conductora de la ideología de la radio. Tiene un estilo de monólogo e incluso de charla radial, por lo que no puede exceder el espacio que es de cinco minutos. (Cardoso, 2009, p. 205)

En los espacios editoriales se puede sugerir un punto de vista propio, desde diferentes perspectivas pues las referencias son infinitas. El sentido de la palabra en radio motiva al radioescucha a explicar sus ideas, tomando en cuenta lo dicho por el locutor.

Crónica. _ Es un modelo de representación de la realidad en el que el profesional, de forma monologal en calidad de testigo, describe y narra los hechos o acciones en su contexto desde una perspectiva individual y utilizando los recursos de producción y realización característicos de la radio.

La crónica precisa de un autor o testigo de los hechos que los narra en primera persona con un propósito informativo. Un cronista debe dar cuenta necesariamente de los hechos, de forma que siempre exista una referencia a la realidad, sin que sea posible elaborar una crónica ahí donde no haya noticia.

Según Ramón (2013), la crónica tiene un cronista como testigo de los hechos, una función informativa y la perspectiva personal del autor que presencié los hechos. Y precisamente dentro de su rama informativa se basa en hechos especializados como política, tribunales, sociedad, guerra, deportes, etc.

Crónica Deportiva. _ La información que se genera en base a la gama deportiva ha permitido establecer un espacio importante dentro de los medios de comunicación y la audiencia. Naveja (2005), establece a la crónica deportiva como un género deportivo el cual se apropia de lo informativo y de la opinión ya que establece su lenguaje entre lo periodístico y lo literario.

La crónica deportiva es un subgénero que tiene como principal atractivo su viveza y en ella se informa, interpreta e incluso opina, pero todo ello sobre el

terreno (...) la opinión es solo una especie de efecto colateral derivado de ese carácter propio que lo lleva a hablar de todo y a enjuiciarlo todo sobre la marcha, normalmente sin profundizar. (Paniagua, 2003, p. 130)

La información deportiva es una modalidad que, por su temática, históricamente ha estado ligado al género y este se expresa de manera genuina. Es un tema que se acomoda con facilidad a la crónica debido a las características propias de lo que se relata.

8. La radio en el Ecuador

En el Ecuador, la radiofusión se ha constituido en un medio de comunicación efectivo en la vida familiar, el primer aparato electrónico en prenderse para muchos es la radio y la voz del locutor que participa en el primer reporte de noticias es parte del día a día de varios hogares por más de medio siglo.

El cumplimiento de estas necesidades informativas en nuestro país efectivamente lo debemos gracias a Carlos Cordovez Borja, un riobambeño creador de la primera estación radiodifusora denominada 'El Prado'. Según el investigador musical, Mario Godoy (2005), la fecha de la primera emisión de prueba de dicha radio fue el 27 de febrero de 1925, y la de la primera emisión normal fue el 13 de junio de 1929.

Desde ese entonces, la vida de los pueblos cambió de manera significativa en el desarrollo político, económico y social del país. El aparecimiento de la radiodifusión intervino de manera decisiva en varios aspectos del convivir nacional y del comportamiento social en el Ecuador. (Ruiz y Nieto, 1990, p. 119)

La técnica y la versatilidad empleadas en una transmisión radial, hacen que pueda llegar hasta los lugares más remotos y lejanos del suelo ecuatoriano, más aún cuando en varios de estos lugares el único medio de comunicación con el que contaban y cuentan efectivamente, es la radio.

8.1. Historia de la radio en el Ecuador

Riobamba es la ciudad que desde 1929, marcó un impacto social, económico, cultural, pero sobre todo informativo dentro del Ecuador, más aún cuando la inestabilidad política empezaba a ponderar en ese entonces. Radio ‘el Prado’ fue el medio radial que se fundó en dicha ciudad y que empezó a ser la vía de comunicación más influyente y por ende el contacto directo, al sentir y pensar de la ideología de la gente.

Ortiz (2009), en su obra ‘La radio en el área andina: tendencia e información’ menciona que, años después, en 1931 se creó la primera radio de Quito, HCJB la Voz de los Andes comandada por pastores evangélicos, quienes logran un permiso de operación por 25 años otorgado por el Presidente de la República Dr. Isidro Ayora.

La década de los treinta, estuvo marcada por la presencia de varias emisoras: Radio La Voz de Imbabura (1935), Radio Bolívar (1936) y Radio Colón (1938.) Dos décadas después, en los años cincuenta, el desarrollo de los transistores inició un nuevo rostro en la radio del Ecuador, gracias a la incorporación de receptores en los vehículos. En la década de los sesentas se presenta la llegada de la televisión, existiendo el temor que la radiodifusión pueda desaparecer o declinar ante la misma. Para principios de esta década, el Ecuador ya contaba con 135 estaciones de radio. (Ocaña, 2005, p. 169)

Ocaña (2005), señala que, más emisoras aparecieron luego de una década, hasta doblar el número de estaciones radiales; el sonido fue mejorando hasta que llegó al Ecuador el sonido estéreo que produjo más radioaficionados satisfechos por el servicio. Para los ochentas, el número de emisores en todo el Ecuador era de 321. En 1922, Radio Ondas Azuayas fue la primera emisora en transmitir por frecuencia modulada FM y de esta forma, incursionó en el servicio satelital formando parte de la Cadena Solar con la que la ciudad de Cuenca se conecta a diario con los países de Latinoamérica.

Respecto a ello, el investigador comunicacional Fernando Ortiz (2009), señala que la saturación del espectro en FM, creó la necesidad de la aparición de una nueva tecnología, con el fin de satisfacer la demanda de los ciudadanos ecuatorianos, fue entonces cuando se dio paso a la televisión, que en primera instancia se pensó iba a aplastar el mundo radial. Sin embargo, otro fue el desenlace del uso combinado de estos medios de comunicación, hasta hoy, la radio es más utilizada por los usuarios en comparación con la televisión. El sistema FM (Frecuencia Modulada) hizo que en esta década la radio se encuentre en la cima de su apogeo. Gracias a FM, los enlaces con línea física quedaron atrás.

8.2. La radio ecuatoriana en la actualidad

Según el informe realizado por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, ARCOTEL, con corte hasta junio del 2017, en el Ecuador existen 889 emisoras radiales en FM y 147 en AM. Estos datos corroboran la acelerada instauración de las emisoras radiales en el país.

Sin embargo, el mundo digital es el que realmente ha marcado un cambio importante dentro del mundo radial, pues nuevas formas de transmisión se dan con las nuevas tecnologías que día a día llegan a millones de hogares en el mundo entero.

El boom de las radios digitales empezó hace más de una década en Estados Unidos y Europa. Sin embargo, con el paso del tiempo y las mejoras en el servicio de Internet, la emisión digital se tomó rápidamente América Latina. En la actualidad, se estima que cerca de 500 radios digitales se emiten desde Ecuador. Las respuestas son variadas. Ricardo Espinel, propietario de Escenario Rock, cree que, a diferencia de la Frecuencia Modulada, lo virtual permite a los oyentes ampliar su espectro musical y sintonizar solamente lo que tienen ganas de oír.³

³ Más información en <https://www.expreso.ec/guayaquil/lo-digital-el-futuro-de-la-radiodifusion-ecuatoriana-GC334976>

El uso de internet ha señalado cambios que van de prisa con el paso del tiempo, según Rivera y Ballesteros (2012), las emisiones de Internet están en la esquina de cada población latinoamericana. Aunque cada una de estas emisiones requiere de constante evolución pues se necesita de caminos, pisadas, esfuerzos. Las emisoras por Internet responden a arquitecturas, ubicuidad, multimedia, interactividad. Las experiencias de los cibermedios se ejecutan en espacios asincrónicos, innovadores, integradores, respetuosos, selectivos. La radio, esté donde esté, sigue siendo compañía.

9. La radio en Loja

La ubicación geográfica de Loja, al estar al extremo sur fronterizo del Ecuador ha sido motivo para que se dificulte la llegada de obras u otras instancias de este tipo y por ende el difícil acceso a formas de comunicación se convertía en una necesidad imperante desde inicios del siglo XXI. La lejanía de la ‘Ciudad cultural del país’ permitió a la radio tomar un lugar importante dentro de la ávida necesidad de comunicación.

Una de las primeras radios de Loja perteneció al Centro Cultural Independiente ubicado en la parroquia de San Sebastián en una casa particular, donde el público se aglomeraba para escuchar las noticias, esto ocurría por el año 1935. Para 1936, en la cafetería pública del Señor Daniel Baltasar Palacios fue instalado el artefacto radial para que los oyentes ávidos de noticias y programas musicales pudiesen escucharlos a través de las emisoras nacionales (...) En la planta baja de la casa del Señor Carlos Burneo los lojanos se reunían, para 1938, a escuchar noticias y música de la radio, siendo éstos equipos de mejor calidad que los anteriores. (Gallardo, 1985, p. 76)

Este medio generador de movimiento de masas, sirvió de vínculo entre quienes deseaban dar sus primeros pasos dentro del periodismo en Loja y las personas ansiosas de conocer las noticias que se daban a nivel mundial, nacional y local.

9.1. Historia de la radio en Loja

La actividad radial en Loja, empezó con ímpetu dentro de la sociedad lojana, a partir del año 1940 en donde inicia su transmisión la radio La voz de Loja. Sonia Fernández, escritora lojana (1986), comenta que dicha radio al mando de Antonio Asemani, estaba ubicada en las inmediaciones del Colegio Bernardo Valdivieso, permitió escuchar a quienes estaban a pocos metros a la redonda, un listado especial de música selecta y poesía lojana. La radio Coro Santa Cecilia, sería quien continúe con la historia radial de Loja, en 1941, Virginia Rodríguez Witt, dirigía este medio que se encargaba de difundir actividades culturales que se desarrollaban en la Academia Santa Cecilia.

La Radio 28 de mayo, surgió en 1944, Radio ondas del Zamora, el 1 de enero de 1948, Radio Centinela del Sur, el 18 de Noviembre de 1956, Radio Nacional Progreso, el 20 de agosto de 1958, Radio 18 de noviembre, en 1960, Radio Ondas Lojanas, en 1963, Radio Luz y Vida, el 11 de Octubre del 1967, Radio Fantasía Estéreo, inaugurada en 1976, Radio Matovelle, Radio Matovelle nació en 1980, Radio Loja, fundada el 26 de noviembre de 1982, Radio La Hechicera, adquirida en 1987, Radio Súper Láser, fundada el 17 de Junio de 1992 (Sinche, 2006, p. 126)

Las radios lojanas siempre se han constituido como el medio de conexión más íntimo con las personas de esta parte del país, hasta hoy es sin lugar a dudas el medio más accesible y adaptado al estilo de vida, de ésta aún ciudad pequeña.

10. Periodismo Deportivo

El periodismo deportivo destaca como un género informativo con gran impacto social por la generalidad del tema en sí y su gran situación internacional. Esta área informativa actualmente cruza por un momento de expansión en los diferentes medios de comunicación especializados y con ello también una constante transformación en su organización.

Este campo periodístico ha llegado a instaurarse como un espacio innovador y dinámico, caracterizado por su continua exploración de nuevas formas de contar momentos, eventos e historias.

10.1. Antecedentes

Alcoba (1993), sostiene que los primeros indicios claros de cómo se originó el periodismo deportivo como tal, se dan con la aparición de la revista *Bell' Live* de 1822 y posteriormente por *Sportman* de 1852. Luego de ello, en los primeros Juegos Olímpicos de la era moderna celebrados en Atenas en 1896, entre los setenta mil espectadores, testigos de las competiciones, se encontraban los corresponsales del diario parisino *Le Figaro* y el londinense *The Times*, empezándose a publicar ya las primeras crónicas sobre deportistas y resultados. Los Juegos Olímpicos de Londres de 1908, también marcaron un hito de la prensa deportiva, representado por el telégrafo y el *Daily Mail*; y, los de Estocolmo 1912, con los primeros envíos fotográficos.

“Cuando los medios observaron el verdadero potencial económico de este tipo de información, se produjo una verdadera explosión y magnificación en todos los medios, tanto escritos como audiovisuales y radiofónicos, y se crearon las primeras agencias deportivas de noticias”. (Gómez, 2012, p.45).

Hubo países en donde se marcó un fuerte vínculo entre el periodismo y el deporte. En España es el éxito de la selección española en los Juegos Olímpicos de Amberes de 1920, la que impulsa el despegue de la incorporación del contenido deportivo en los periódicos.

En Argentina, a inicios del siglo XX el fútbol no fue el exclusivo protagonista, si bien sirvió como su columna vertebral. También el boxeo y el automovilismo fueron actores centrales. Y es imposible dejar afuera a otras disciplinas, como: el básquetbol, el rugby, el tenis y el golf. Con los éxitos de sus mejores exponentes, todas se ganaron su espacio en la prensa, la radio y la televisión, y

contribuyeron a construir una identidad argentina. En una Nación que se estaba conformando como tal, el deporte permitió establecer un “espacio nacional” de competencia real, movilidad social y unificación territorial y simbólica. Y el periodismo jugó un papel crucial en esa construcción, sobre todo en la década del veinte, cuando se consolidó el fútbol como espectáculo deportivo. (López y López, s/f, p.15)

Para Alcoba (2005), el florecimiento de este tipo de periodismo especializado se fundamenta en gran medida en el hecho de que los profesionales de estos medios informan 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.

10.2. Lenguaje radial deportivo

El periodismo deportivo se comporta como un agente extraordinario para la experimentación y en la evolución del idioma. El lenguaje del deporte empleado en los medios de comunicación, hace tiempo que entró a formar parte de la lengua común trascendiendo incluso a otros campos como la política o la economía y, a medida que el uso de su terminología se fue extendiendo entre la población, los diccionarios empezaron a fijarse en la amplitud y la singularidad de esta área informativa, que no deja de aportar palabras, significados y giros nuevos.

El idioma español crece a pasos agigantados por el lado deportivo, sobre todo a la creatividad, el dinamismo y el afán innovador de este tipo de periodismo. Gonzáles (2011), señala que el lenguaje del deporte también está considerado como un campo de conflicto idiomático. Así, a menudo se señala el periodismo deportivo por la poca variedad del vocabulario que emplea, por la comisión habitual de errores gramaticales y de impropiedades

léxicas, por la apelación reiterada a tópicos y frases gastadas como recurso para la elaboración de sus mensajes, por la incorporación constante de las formas más coloquiales del idioma, que en ocasiones degeneran en palabras indecorosas o malsonantes, o por el abuso de extranjerismos.

10.3. Periodismo deportivo en la actualidad

Las últimas tendencias en periodismo deportivo, están llamadas a mostrar el camino para los años venideros, para que este periodismo especializado ponga al consumo deportivo en primera línea.

Diversificado entre la prensa escrita, sea en pantalla con publicaciones *on-line*, *blogs*, *wikis* y redes sociales o en papel con los diferentes tipos de impresión; la radio y su vertiente en cuadrantes o a través de la *www*; la televisión en su versión abierta o de paga; y en las nacientes formas *Peer-to-peer* de transmisión de video a través de Internet, el periodismo deportivo y su demanda no para de aumentar.

Actualmente, el avance de la comunicación digital permite que cada vez más gente tenga acceso a los eventos mundiales de manera instantánea, que los aficionados posean mejor información y que por lo tanto tengan una opinión más construida sobre el deporte y sus componentes. Una perspectiva que responde a las exigencias de los medios locales como para sus equipos y atletas.

La información deportiva prepondera sobre el alcance comercial, cultural y social, pero también alerta sobre la exigencia de profesionales más preparados y conscientes de la trascendencia de la misma.

10.4. Periodismo deportivo en televisión

La influencia de los medios, especialmente de la televisión, es decisiva para la configuración de los calendarios que diseñan organismos internacionales como la *Fédération Internationale of Football Association* (FIFA) o el Comité Olímpico Internacional que ajustan las fechas, horarios e incluso reglamentos de las competiciones a las necesidades de las cadenas, que han pagado cantidades millonarias por los derechos de emisión de los encuentros deportivos, los espacios más vistos y los que mayor número de anunciantes atraen.

Sin embargo, a pesar de poseer una dimensión intrínsecamente local o nacional, el deporte se ha consolidado como un fenómeno de naturaleza global, fundamentalmente por el alcance y el seguimiento de las retransmisiones televisivas, actualmente, como consecuencia del desarrollo imparable del nuevo entorno digital y de redes sociales, el periodismo deportivo ofrece un fascinante caso de estudio para comprobar cómo los medios de comunicación globales y locales interactúan en las sociedades contemporáneas, tanto de parte de periodistas así como de aficionados.

El periodismo deportivo ha evolucionado tanto por su enfoque local, hasta convertirse en la actualidad en el producto informativo de mayor alcance social y en el más demandado y consumido en muchos países de Europa y América Latina, tanto en la prensa tradicional, en los medios radiofónicos y televisivos, como en los nuevos soportes digitales.

En los medios audiovisuales, el deporte se ha convertido en un verdadero espectáculo de masas donde la información queda supeditada al entretenimiento como forma de expresión y en cuyo discurso se han incorporado elementos ajenos al ámbito del periodismo al formar parte de una estrategia comercial enfocada hacia la rentabilidad económica y la generación de negocio. (Rojas, 2013, p. 238).

10.5. Periodismo deportivo en radio

Los programas deportivos han sobrevivido durante décadas demostrando una gran capacidad de actualización y adaptándose a las exigencias de la nueva etapa de nuestra radio que surge con la transición a la democracia, caracterizada por una mayor función informativa.

Los medios han cambiado mucho con el paso de las décadas, pero en la actualidad, la radio sigue teniendo un papel primordial en la información deportiva que supera en muchos casos en credibilidad, profesionalidad y despliegue a las redacciones deportivas de las televisiones y de los medios escritos. La importancia del deporte en el mercado radiofónico se ha visto confirmada durante años con el protagonismo que han desempeñado los periodistas deportivos, objeto de las mayores operaciones empresariales del sector.

Los fines de semana o en días de importantes encuentros deportivos, la radio deportiva genera su mayor despliegue para convertir la esencia del deporte en producto radiofónico, según Moreno (2004), el deporte en la radio, en especial el fútbol, tiene tal importancia que se ha convertido en uno de los contenidos básicos de toda radio generalista, y también de la programación regional y local.

10.6. Elementos radiofónicos deportivos

Para conseguir que la mente de los periodistas deportivos radiales represente lo que está pasando en un encuentro deportivo, de la forma más realista posible, se necesita de cuatro elementos base: la palabra, los ruidos, (en forma de efectos sonoros o como ambiente), la música, y el silencio.

La locución, ha ido adquiriendo una serie de características que convierten a las retransmisiones deportivas en un género radiofónico propio, con características diferentes al resto de géneros. Los narradores deportivos han ido desarrollando una serie de propiedades en su nivel de dicción dentro de las retransmisiones que han derivado en que la locución empleada posea unos atributos especiales, que resultan muy atractivos para el receptor.

El dilucidar cuáles son las particularidades de las locuciones deportivas se ha realizado a través del análisis de fragmentos extraídos de diferentes retransmisiones deportivas radiofónicas. A partir de ellos, y tomando como base al narrador principal de la prueba deportiva, se han analizado los elementos sonoros en ellos implícitos como intensidad, tono y timbre, velocidad de dicción y ritmo, estado emocional, pausas y silencios, acento y utilización de palabras clave, la pronunciación, que debe estar definida por la “corrección, claridad, fluidez, naturalidad y seguridad. “A pesar de que el narrador realice una pronunciación correcta de todas las palabras, si éste tiene una velocidad de dicción elevada, al oyente le puede resultar complicado comprender el mensaje o el significado”. (Romero, 2005, p.67)

11. Periodismo deportivo radial en el Ecuador

El periodismo deportivo se consolidó a la par de desarrollo radial en el Ecuador, las primeras prácticas periodísticas se inician de manera empírica y los protagonistas de la información deportiva, en primera instancia, se los traía desde países como Argentina o Brasil. El interés que tuvo la sociedad por satisfacer sus ansias de conocimiento deportivo se da desde 1940, aunque refiriéndonos a la disciplina del fútbol el trabajo periodístico empezó en el mundial de Uruguay 1930.

El 25 de diciembre de 1931, Quito tiene la primera señal de radio, HCJB la Voz de los Andes. Hugo Delgado Cepeda confirma que la primera transmisión deportiva fue VI campeonato Suramericano de Natación disputado en Lima en 1938, para el que se enlazaron Ondas del Pacífico y Radio El Telégrafo, matizando la cadena Ecuador Radio HC2JSB y se obtuvo un espectacular proeza con los llamados cuatro mosqueteros: Alcívar, Planas y los hermanos Gilbert, quienes alcanzaron medallas de oro en la capital peruana, con la emocionada lectura de boletines de Felipe y Francisco Huerta Rendón, acompañados por la voz comercial de Calicho González. (Carrión, 2006, p.68)

De esta manera inicia el proceso de comunicación deportiva en el país. Martínez Collazo, es uno de los primeros radio-apasionados por el periodismo deportivo, laboró cerca de sesenta años en el mundo de la radio, participó como narrador en la primera transmisión desde otro país al cubrir el Sudamericano de Fútbol de Lima en 1953.

Fue así como, los años cincuenta en el Ecuador consolidaron el periodismo deportivo como tal y con las bases necesarias en la comunicación en el país, pues empieza a enriquecerse en varios estilos periodísticos dentro de los medios. Es importante recalcar el camino de los narradores deportivos y el inicio de una escuela de narración, especializada por la información, pero también por la polaridad de sectores tanto quiteños como guayaquileños. Estos actores pasaron de narrar en radio a televisión, hasta nuestros días los personajes cumplen su ejercicio periodístico.

11.1. Periodismo deportivo radial ecuatoriano en la actualidad

Molina (2009), señala que en el Ecuador el deporte y su alcance dentro de los medios de comunicación han logrado una participación activa de varias empresas públicas y privadas, especialmente dentro del mundo del fútbol que asegura cierta posición social y que genera hoy en día ingresos económicos importantes.

Agrega también que con ese indicio ya están establecidos varios organismos deportivos especializados como los clubes y las federaciones, que juegan un papel muy importante en establecer las reglas de juego y en promover el desarrollo de las actividades deportivas. Por lo tanto, es razonable considerar el deporte como el pilar de la construcción social en la actualidad pues la información deportiva consigue un papel que no se puede ignorar.

12. Periodismo deportivo radial en Loja

El periodismo deportivo radial en Loja es una de las ramas de este oficio que sin lugar a dudas tiene un lugar importante dentro de la información deportiva local. La línea del tiempo señala que en los primeros años en donde se empezó a dar las primeras manifestaciones de periodismo deportivo radial como tal, se hizo de manera entusiasta. La Carrera de Comunicación Social aún no existía en Loja, lo que daba lugar en ese entonces a que se realice el oficio de manera empírica y apasionante por medio de amplitud modulada (AM).

El Lic. Ojeda en su borrador del libro “La historia de la Radio Lojana”, cuenta que el primer relator deportivo reconocido en Loja fue el extinto señor Juan Cueva Serrano que por medio de la tecnología de Onda corta de Radio Ondas del Zamora que funcionaba en la 24 de mayo

y Mercadillo, llevaba la línea de audio por medio de un alambre galvanizado como transmisor que llevaba la señal de audio que cubría un radio de 200 a 300 metros o medio kilómetro, pero que ya permitía irradiar la señal para la ciudad. Los años pasaron y se inicia ya de manera oficial el periodismo deportivo como tal.⁴

Según Ojeda, luego asomaron algunos periodistas deportivos, una anécdota muy curiosa dentro de esta labor fue en 1955, cuando llegó de Quito Arturo Cowan Gil quien al notar que no existía mucha actividad deportiva en Loja inventó un encuentro de fútbol y empezó a narrar y transmitir el mismo a través de un medio radial, sus palabras se escuchaban tan convincentes que la gente se volcó en ese momento al estadio para ver el supuesto partido, fue tanta la conmoción que tuvo que pedir disculpas y aclarar que él se encontraba en la cabina radial y que el encuentro deportivo no era cierto.

En los partidos de fútbol que se daban en aquel tiempo, los campeonatos que se daban entre los diferentes equipos que existían en ese entonces como Guante Rojo, América, España, Liga Bernardina, Deportivo Loja, Liga Deportiva Universitaria Amateur permitieron la aparición de personajes importantes dentro del periodismo deportivo local, uno de ellos el señor Roosevelt Barrazueta, quien empieza como locutor de manera curiosa, pues su papá conocido como “El Porteño”, tenía un kiosco en el portal principal de calle Bolívar y 10 de agosto, notando la afluencia de personas que se daban cita al parque central luego de la misa dominical, inventan una especie de tablero tipo churo con clavos que hacían las veces de obstáculos, y ponen a competir a varias canicas pintadas de diferentes colores y números, es ahí donde Barrazueta hacía su papel de narrador al estilo de un rally.

⁴ Entrevista personal realizada al Lic. Víctor Ojeda Feijoo el 6 de diciembre del 2017.

Su narración era tan buena, que no pasó mucho tiempo para que sea tomado en cuenta en diferentes radios de la ciudad para que trabaje en sus transmisiones deportivas. Su primera oportunidad fue en 1964, cuando la radio Centinela del Sur, al mando de José Coronel Illescas, tuvo la iniciativa de llamar a un concurso para aspirar el puesto de locutor deportivo, cita a la que acudieron muchos jóvenes de la época, entre esos jóvenes estaba Roosevelt, fue ahí cuando pudo nacer como el primer radiofusor deportivo de Loja y tuvo la oportunidad de crecer en este ámbito junto a los maestros Ecuador Martínez y Jacinto Landázuri, quienes indujeron en él, el hacer relato deportivo, en donde siempre ha sabido llevar la locución de manera técnica y precisa.

“A Ecuador Martínez la gente lo escuchaba desde su casa, cuando la televisión apareció, la gente empezó a ver que lo que él decía no era exactamente lo que pasaba. Lo obligó a decir a la hora exacta lo que pasaba en un hecho deportivo en la cancha de fútbol, por ejemplo”.⁵

“Barrazueta, empezó como relator de fútbol en radios como Centinela del Sur, luego a transmitir con Radio Sucre un campeonato internacional, llegó a Radio Ondas del Zamora Radio Progreso, todo esto antes de la era de las radios de Frecuencia Modulada (FM)”⁶

Los años pasaron y se dio un avance importante y oficial dentro del periodismo deportivo lojano. Un mes de septiembre de 1970 un grupo de gente a la que le gustaba el deporte e iban al estadio para transmitir los encuentros de ese entonces fundaron el Círculo de Periodistas Deportivos de Loja, personajes como Jorge Paredes, David Moncayo, Luis Moncayo, Carlos Garrido, Gonzalo Sotomayor, Luis Reátegui que siendo fotógrafo se prestaba también para el tema de comentarista, entre otros dieron inicio a lo que se sería y es hoy en día el principal ente organizativo de quienes cumplen la labor periodístico deportiva del Sur del Ecuador.

⁵ Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=cVxNNGH3EHw>. (Roosevelth Barrazueta, entrevista UTPL, 2012)

⁶ Entrevista personal con el Lic. Víctor Ojeda Feijoo el 6 de diciembre del 2017.

Gonzalo Ojeda y Víctor Ojeda son otros radiodifusores deportivos en Loja, que marcan un vínculo especial con la historia del periodismo deportivo local. Gonzalo desde 1978 comienza a locutar y relatar el fútbol desde una radio en Cuenca, fue en los Juegos Nacionales de aquel año en los que pudo atreverse a narrar el partido entre Imbabura vs Cotopaxi. Además, tuvo el privilegio de ser el primer periodista lojano en un mundial de fútbol de 1994, y obtener dos acreditaciones para Copa América. “Uno debe ser más objetivo que nunca, porque el público también sigue las incidencias de un encuentro deportivo y, sobre todo, tener un léxico variado”, Gonzalo Ojeda.

Dentro de toda esta historia existen dos demarcaciones puntuales dentro de la evolución del periodismo deportivo radial en Loja. La primera con clubes amateur como cuando periodistas locales acompañaron al Club Borussia “Diablos Rojos”, a un campeonato nacional en donde quedaron campeones y luego cuando se inicia la participación de Loja en campeonatos nacionales ya de manera profesional.

La participación de Liga Deportiva Universitaria de Loja en la serie A del Campeonato ecuatoriano de fútbol, también fue otra de las demarcaciones dentro de la narración deportiva, pues nuevas generaciones empezaron a introducirse dentro del mundo del relato deportivo, la gente quería viajar a cada uno de los encuentros de Liga e incursionarse en este mundo, se hacía necesario entonces el ser conocedor de este oficio que para muchos es un arte, pero que para los radioescuchas, aún no todos pueden realizar.

12.1. Periodismo deportivo radial de Loja en la actualidad

La llegada del internet y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han supuesto un antes y un después en la sociedad. No hay información o suceso deportivo que no

se conozca en cuestión de minutos gracias a la red, esa red que los ata, que acerca a las audiencias entre sí y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante.

En Loja, este cambio ha supuesto una innovación fortuita en el mundo radial deportivo, las redes sociales, son el punto clave para quienes desean ser los primeros en ofrecer información a los radioescuchas de la nueva era. Esto hace suponer que todos pueden volverse expertos de todo tipo de deporte.

Aunque no necesariamente es así del todo, pues Loja aún se constituye en una ciudad tradicionalista, basta con subir a un taxi y cerciorarse de que el chofer escucha un partido de fútbol, por medio de su estación de radio favorita con la voz de su tradicional locutor deportivo favorito. El estilo de vida de la ciudad hace entender que no todas las personas están encajadas en el mundo de la tecnología.

El reto más importante que tiene el periodista deportivo de Loja en esta época, está en profesionalizarse, evolucionar y actualizarse, en todos los sentidos; pues es el vínculo del progreso común entre los medios locales y el deporte. Para que el deporte lojano crezca urge desplegar un periodismo de calidad alrededor de él, ya no basta solamente con narrar y transmitir lo que se está viendo en un evento deportivo, el comentario debe ser más crítico e interpretativo, anexar, entender y adentrarse en los distintos procesos que rodean al deporte, clasificarlo, evitar la información tergiversada y no subestimar en ningún momento al radioescucha, es decir, mostrar la información completa de dicho suceso tomando en cuenta la opinión pública y crear una mayor credibilidad en el medio.

Existen quienes piensan que el periodismo deportivo local debe realizar estudios especializados en torno al deporte; en mi opinión quienes realizan esta actividad se conforman solo con conocer al actor principal, al deportista de forma superficial y no se adentran a todas las áreas que lo entrelazan al mismo, como la administración, el liderazgo, el marketing para poder mostrar a los oyentes, las causas del fracaso o el éxito. Conocer y entender el “cómo” y “por qué” de todo lo que conforma el mundo deportivo.⁷

13. Análisis de la audiencia radial deportiva en Loja

Para hablar de Loja y su gente se requiere de conocer su historia, modo de vida y cultura, esto define en primera instancia el tipo de personas y el pensamiento ideológico bajo el que se sujetan en su diario vivir. En el plano periodístico, es notorio el estilo con el que locutores de radio basan su trabajo, conocer el formato radiofónico en que se desarrolla en el mismo, la manera de comunicar noticias y desde qué perspectiva se difunde la información deportiva.

Los formatos radiofónicos, que se dan en los medios radiales de Loja han logrado establecer una audiencia fiel al diario vivir comunicacional. Sin embargo, este papel previene un marco de responsabilidad al dar información, en el ámbito deportivo en Loja se puede decir que las personas dicen, sienten y piensan según lo que diga el locutor de radio que más sintonicen, provocando reacciones no esperadas para los protagonistas del deporte, en este caso el fútbol. La interacción con la audiencia es vital para un programa de radio deportivo local.

⁷ Texto rescatado de entrevistas personales a periodistas deportivos de Loja, Gonzalo Ojeda y Víctor Ojeda.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

En el desarrollo de la presente investigación, he desarrollado el método analítico, al usar las fichas de observación ejecutadas al examinar cada programa deportivo radial y cada una de las transmisiones en eventos deportivos como partidos del Campeonato Ecuatoriano de Fútbol y competencias locales y nacionales en otras disciplinas deportivas.

Además, está el método cualitativo con la aplicación de entrevistas a personajes claves del periodismo deportivo local, entre ellos: Roosevelt Barrazueta, quien lleva más de 50 años en el periodismo deportivo local, consolidándose como uno de los primeros periodistas deportivos radiales de Loja, al igual que Eduardo Benjamín Jaramillo que lleva más de 40 en la misma labor. Asimismo, están los hermanos Víctor Ojeda y Gonzalo Ojeda locutores de radio que han dado renombre a nuestra ciudad con su presencia en varias actividades deportivas de carácter local, nacional e internacional; el periodista y docente universitario José Iñiguez Cartagena, es otro de los nombres que con su trayectoria en el periodismo deportivo local ha infundado la sapiencia y experiencia necesarias para difundir el trabajo periodístico deportivo de la ciudad a nivel nacional.

Dentro de este método se utilizó también la realización de grupos focales compartidos entre colegas periodistas deportivos y quienes forman parte del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja, que conllevaron al sentir de cada uno de ellos como protagonistas investigados y a mostrar las potencialidades y falencias que existen en el discurso utilizado por cada uno al momento de informar.

El método cuantitativo se trabajó por medio de la obtención de resultados de las encuestas realizadas en los diferentes programas deportivos radiales emitido en las emisoras locales, las mismas que constaban de doce preguntas relacionadas a su información personal, nivel profesional y metas alcanzadas dentro de la labor periodística, con la finalidad de que cada uno de los individuos que participan como periodistas deportivos (narradores, relatores, comentaristas, etc.) puedan exponer sus fortalezas y cada una de las situaciones diarias que se dan en el lecho de su profesión.

Dichos métodos fueron aplicados en el cantón Loja de la provincia de Loja y en calidad de investigadora participé activamente en el mencionado proceso de recolección de información, análisis, indagación e interpretación del proyecto en sí. Se utilizaron algunos materiales, los más relevantes: hojas papel bond A4, computador portátil, impresora, copiadora, grabadora de voz, cámara fotográfica, cámara de video, memoria USB, entre otros.

f. RESULTADOS

2.1. ENCUESTA A PERIODISTAS DEPORTIVOS

Luego de explicar el desarrollo de la metodología aplicada para esta investigación se ha procedido a la aplicación de encuestas a cada periodista radial deportivo, los cuales brindaron información precisa para obtener los siguientes resultados:

Pregunta 1: Información General

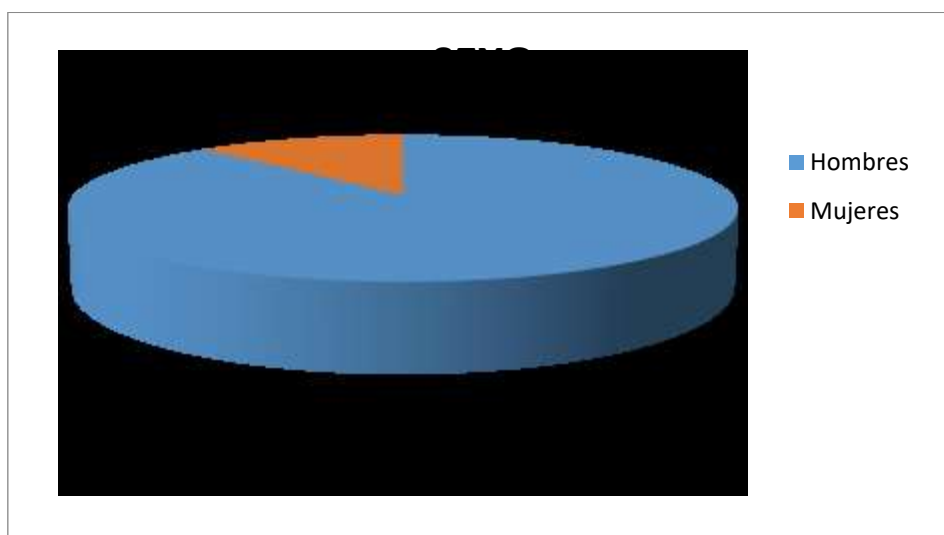
CUADRO #1

Variable 1 <u>SEXO</u>		Variable 2 <u>EDAD</u>		
FEMENINO	MASCULINO	18-25	26-35	36 o más
3	22	9	5	11

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

GRÁFICO # 1



Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La primera información que se recoge de la aplicación de encuestas, se refiere al sexo y la edad que poseen los periodistas deportivos radiales en Loja, que en su mayoría son hombres y en un mínimo porcentaje mujeres.

La categoría género irrumpe en el escenario académico-político hacia mediados de la década de los setenta entre las feministas universitarias de habla inglesa. Con ella se hace referencia a la distinción entre sexo y, por lo tanto, al conjunto de fenómenos del orden de lo corporal, y los ordenamientos socioculturales muy diversos, construidos colectivamente a partir de dichas diferencias corporales. (De Barbieri, 2006, p. 4-5)

Establece además que la mayoría de ellos entran en el rango de 36 años o más, seguido por una fuerte entrada de mentes jóvenes y en menor proporción los que poseen entre 26 a 35 años. Para Víctor Ojeda Feijoo, reconocido periodista deportivo radial lojano la aparición de nuevas voces dentro de este oficio, da cuenta de una renovación completa de esta rama periodística a nivel local, “Algo positivo si se trata de jóvenes que en realidad se están preparando para desempeñarse en este mundo, no se trata de coger un micrófono y hablar sino de un juego de interacciones con el público para enganchar el momento y a la audiencia”

CUADRO #2

MEDIO DE COMUNICACIÓN RADIAL	NOMBRE PROGRAMA RADIAL	HORARIO DE PROGRAMACIÓN
Radio Satelital 100.9	Viva el Deporte	9h00 a 11h00
	Adrenalina Deportiva	13h30 a 15h00
Radio La Radio 98.1	Chile Deportes	12h00 a 13h30
Radio Matovelle	Un Vistazo al Deporte	12h30 a 14h00
Radio Súper Laser	Cronómetro	8h30 a 9h30
Radio Sociedad	Diario Deportes	13h00 a 14h30
Radio Rumba	Deportivísimo	13h00 a 14h45
Radio Luz y Vida	Radio Deportes	17h00 a 18h00

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según los resultados de esta parte de la encuesta la mayoría de programas deportivos radiales tiene el horario estelar del medio día como horario similar en su programación. Únicamente dos programas radiales poseen el horario matutino y el horario nocturno, al salir a las 9 de la mañana y 6 de la tarde respectivamente.

Esto define un poco el sentido de competencia informativa que existe entre dichos programas radiales que, para Adriano López Mejía, radiofusor deportivo lojano de antaño, puntualiza un poco la disputa de cada uno de estos por obtener primicias más no de informar, según él, de manera correcta., para Gonzalo Ojeda, quien lleva en el periodismo deportivo lojano cerca de 40 años, no hay un horario fijo de programaciones deportivas radiales y no se trata de competencia informativa, más bien depende de quien lo conduzca, el seguimiento y afición que tenga de la audiencia, del criterio que exponga y el estilo que maneje el conductor del programa, “El tema más bien depende del como haga el trabajo el periodista deportivo”, señala. Por otro lado, Roosevelt Barrazueta experimentado periodista deportivo lojano, manifiesta que posiblemente los horarios informativos se acoplan al espacio que el dueño de la radio les da, agregando a ello José Ñiguez, docente de la Universidad Nacional de Loja y experimentado periodista deportivo señala que en Ecuador los medios se manejan por lo que se denomina el ritmo horario, es decir que, convencionalmente se ha implantado un horario en el cual se transmite los espacios informativos, pero que de modo alguno en realidad se convierten en una camisa de fuerza ya que todo depende de la audiencia y de que el programa sea de contenido serio, entretenido y que ilustre, para que así rompa con todo tipo de cánones establecidos previamente, obviamente también tiene que ver la competencia que existe en este mundo capitalista, pues para poder avanzar hasta el camino del éxito no importa lo que se haga

para alcanzar niveles de bienestar económico. Iñiguez, comenta que esto ha conllevado a que dentro de lo que es la información deportiva, los programas deportivos radiales manejen un trillado discurso pues no pasa más allá de un análisis muy sesgado, cargado de racismo y/o xenofobia que de modo alguno hace que los oyentes no tengan una visión global completa y holística del deporte y principalmente de lo que se pueda decir por ejemplo del fútbol, pues no se toma en cuenta otros elementos que tiene que ver mucho con un análisis verdadero, como: la Psicología del Deporte, la Biomecánica, la Bioquímica, la Fisiología del Deporte, pues no es solo la habilidad que tuvo un jugador para concretar un gol, sino de una serie de situaciones que engloban también el manejo político y económico que es el trasfondo que tiene que ver con el manejo del fútbol.

Pregunta 2: Nivel de estudios

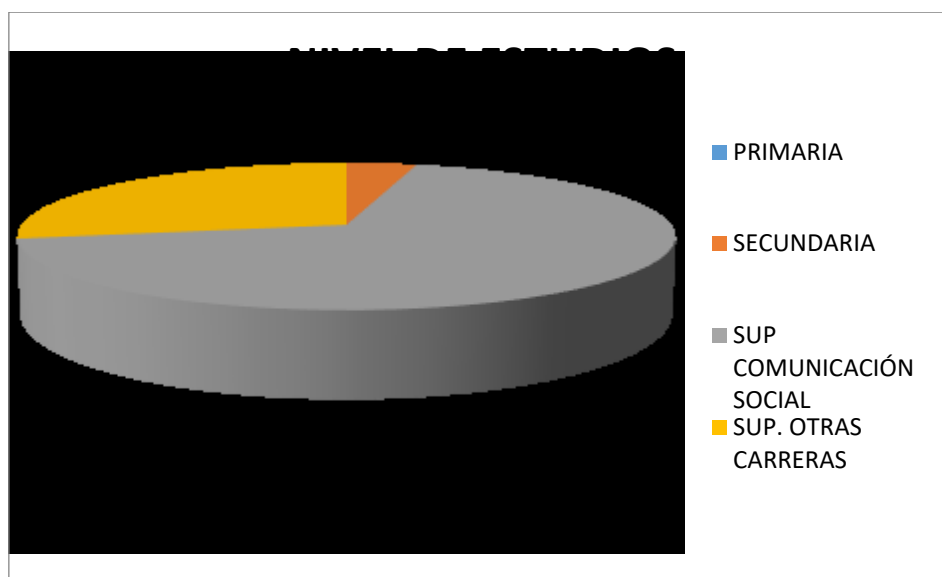
CUADRO #3

NIVEL DE ESTUDIOS	ESPECIALIDAD	
Primaria	0	
Secundaria	1	
Superior	COMUNICACIÓN SOCIAL	OTRAS CARRERAS
	17	7

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

GRÁFICO # 2



Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la información brindada la mayoría de periodistas deportivos radiales poseen en un porcentaje mayor, educación superior correspondiente a la Comunicación Social, sin embargo, hay un mínimo grupo en el que su perfil profesional no es nada cercano al que se necesita en el mundo deportivo radial y que lo ejercen de manera empírica. En base a ello, Roosevelth Barrazueta, señala que se debe tomar en cuenta que toda persona debe prepararse para quedar bien, pues el periodismo en sí es una profesión muy delicada ya que depende de lo que una persona habla y quienes escuchan son miles, dependiendo de lo que se diga puede conllevar en ciertos casos hasta instancias jurídicas. “Yo creo que si el médico quiere actuar debe ser titulado, pues eso da el aval para demostrar que se es profesional, el comunicador debe prepararse, utilizar un lenguaje atractivo que incentive, que eduque, pues actualmente hay mucha ‘chabacanería’, hoy en día utilizan términos que no son adecuados” manifiesta en sus palabras.

José Iñiguez, comparte el criterio de Barrazueta pues señala que en Loja no hay niveles de formación académica en cuanto al periodismo deportivo, ya que la gran mayoría de personas que se interesan por esta actividad lo hacen por dos razones: la primera por afición, inclinación y gusto al deporte, y; la segunda por necesidad ante la falta de trabajo viéndose obligados a realizar esta actividad periodística de manera circunstancial y empírica. De ello, manifiesta ha generado el bajo nivel en el discurso periodístico no solo a nivel radiofónico sino de manera global en cada campo del ámbito periodístico deportivo. El mismo criterio comparte Gonzalo Ojeda, pues considera que la mayoría de periodistas deportivos lojanos, no poseen una formación profesional acorde a la carrera y señala dos facetas: hay periodistas de formación y periodistas por espontaneidad, “Muchos creen que es fácil hacerlo y a veces emprenden por un simple gusto pero no estiman que es importante la formación , la investigación, el criterio, la expresividad y la improvisación que es herramienta fundamental para hacer radio a nivel general”. Ojeda hace una crítica señalando que para la formación hay gremios especializados al respecto, sin embargo, no coadyuvan a ello, pues no hay seminarios, capacitaciones ni actualizaciones, y el trabajo se remite únicamente a cobrar una cuota social sin el efecto de la constante capacitación que le hace bien al periodista deportivo.

Pregunta 3: Seminarios, cursos o talleres relacionados al periodismo deportivo durante los dos últimos años.

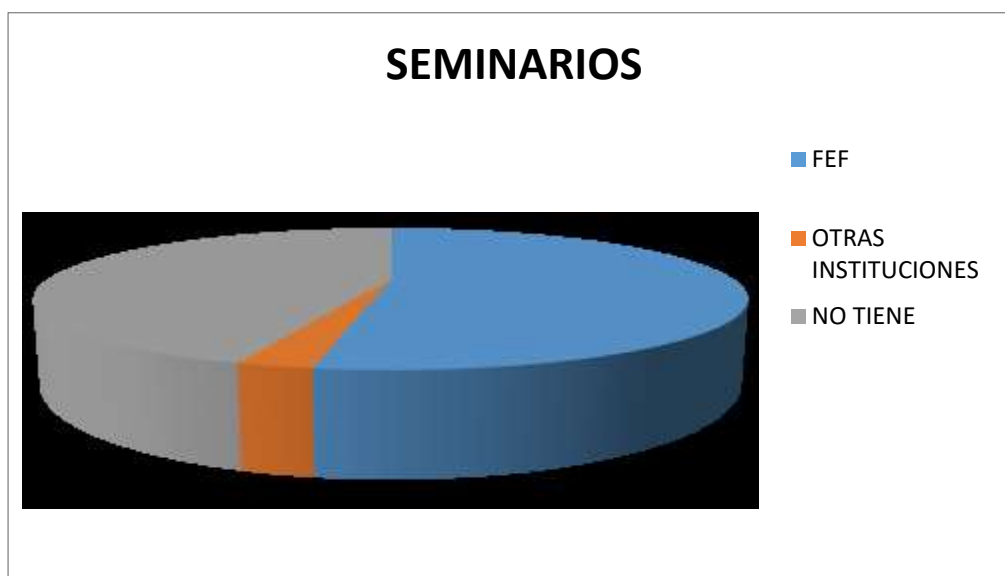
CUADRO # 4

SEMINARIOS, CURSOS O TALLERES RELACIONADOS AL PERIODISMO DEPORTIVO		
OFERTADOS POR LA FEDERACIÓN ECUATORIANA DE FÚTBOL	OFERTADOS POR INSTITUCIONES SUPERIORES U OTRAS INSTANCIAS ACADÉMICAS	NO TIENE
20	2	3

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

GRÁFICO # 3



Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de periodistas deportivos radiales en Loja un gran número poseen únicamente seminarios, cursos o talleres en periodismo deportivo dictados por la Federación Ecuatoriana de Fútbol, seguidos por un grupo de quienes no han realizado ninguna preparación académica referente al tema y unos pocos que han podido salir de la ciudad e incluso del país para prepararse en este ámbito.

Pese a ello, para el tradicional radiofusor lojano Eduardo Benjamín Jaramillo no es la preparación profesional la que diferencia la calidad del trabajo, sino el trabajo de campo y los años de experiencia que se pueda realizar en este ámbito, de este concepto difiere Alex Benítez, periodista deportivo lojano de prensa escrita y radio quien señala que las nuevas tendencias en tecnología acompañado de los cambios sociales que se suscitan con ello, hacen sentir la necesidad de prepararse para nuevos retos comunicativos y avanzar en este campo, sobre todo si se tiene que complacer a la nueva sociedad ansiosa de crecer en información.

Pregunta 4: Tiempo de experiencia dentro del periodismo deportivo

CUADRO #4

RANGO	
0-6 años	8
6-10 años	7
10-15 años	5
20 años en adelante	6

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Es variable el tiempo de experiencia que tienen cada uno de los periodistas deportivos radiales en Loja, no obstante notamos que un gran número de jóvenes se han sumado paulatinamente a este tipo de información, lo que da cuenta de que nuevas voces están ofreciendo su talento para innovar este rama periodística, a pesar de ello, como notamos en la pregunta anterior muy pocos se preparan especializadamente en este camino y con ello damos cuenta que no solo se trata de años de experiencia ni de nuevos rostros o voces sino de la continua preparación académica que se debe realizar. Un problema latente dentro incluso de las instituciones de Educación Superior en Loja como la Universidad Técnica Particular de Loja, así como la Universidad Nacional de Loja, que no poseen actualmente ninguna de ellas la asignatura de Periodismo Deportivo dentro de sus mallas curriculares, pese a que esta última hace poco tiempo si denotaba en su último ciclo la Investigación de la Comunicación, en donde se tomaba en cuenta varios campos del periodismo entre ellos el Periodismo Deportivo. Es por ello que José Iñiguez considera que por estas instancias y por el sitio que está ocupando actualmente este campo periodístico, ya se debe tomar en cuenta una especialización de cuarto nivel, pues los profesionales deben conocer cada aspecto que tiene que ver periodismo

deportivo, “Hoy en día los programas radiales están siendo llevados como programas de opinión, un estilo que debe hacerlo quien tenga una formación académica especializada en las técnicas del deporte en general y en el manejo de la comunicación social”, manifiesta.

A continuación, podemos revisar cada una de las mallas curriculares de las carreras de Comunicación Social de las universidades de la localidad, la Universidad Técnica Particular de Loja y la Universidad Nacional de Loja, reiterando la opinión de los expertos mencionados en la presente interrogante y que convalidan cada uno de sus criterios.

GRÁFICO #4

MALLA CURRICULAR

Proporciones y sumas de créditos por grupos de asignaturas

	Troncos de carrera 10% (10 créditos)	Formación Básica 10% (10 créditos)	Libre (Elegación) 10% (10 créditos)	Complementarias 10% (10 créditos)	Generales de carrera 10% (10 créditos)	Prácticas 20% (20 créditos)	TOTAL 255 CRÉDITOS
TRABAJO DE TITULACIÓN 2008 (PRÁCTICA 10)							20
8	COMUNICACION ORGANIZACIONAL (1)	LABORACIÓN (1)	ÉTICA PARAFARMACIA (1)	PERICURSO COORDINAR (1)	LIBRE COMUNICACION (1)	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN (1)	32
7	OPINION PÚBLICA (1)	ADMINISTRACION DE MEDIOS (1)	PROCESOS DIGITALES (1)	RECOMUNICACION (1)	INGLES (1)	PRACTICA 10 (1)	34
6	PERICURSO DE INVESTIGACION (1)	FORNEAMIENTO SOCIOPSICOLOGICO (1)	PUBLICIDAD (1)	CINE (1)	INGLES (1)	PRACTICA 10 (1)	32
5	RELACIONES PUBLICAS (1)	DIAGNÓSTICO (1)	MARKETING (1)	ÉTICA (1)	INGLES (1)	PRACTICA 10 (1)	29
4	TELEVISION (1)	TEORÍA DE LA RADIO (1)	TEORÍA DE LA COMUNICACION (1)	COMUNIDAD (1)	INGLES (1)	LIBRE COMUNICACION (1)	31
3	RADIO (1)	GÉNEROS PERIODÍSTICOS (1)	SOCIOLOGIA (1)	ANTROPOLOGIA (1)	LIBRE COMUNICACION (1)	LIBRE COMUNICACION (1)	28
2	MEDIOS IMPRESOS (1)	HISTORIA DE LA COMUNICACION (1)	LINGÜÍSTICA (1)	ESTILO Y REDACCION (1)	COMPUTACION (1)	LIBRE COMUNICACION (1)	28
1	OPTATIVA (1)	INTRODUCCION A LA COMUNICACION (1)	METODOLOGIA DE ESTUDIO (1)	EXPRESIONAL Y VISUAL (1)	REALIDAD NACIONAL (1)		21
JORNADA DE ASesorIA DE SISTEMA Y TÉCNICAS DE AUTOESTUDIO							255

*Se han incluido los créditos de los cursos de la carrera de Comunicación Social de la UTP y la UPL.

Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

Programa formativo de la carrera de Comunicación Social de la UTP (2017).
 Obtenido de: www.utpl.edu.ec/sites/default/files/dicidedermas/carreras/utpl-comunicacion-social.pdf

GRÁFICO # 5

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS	EJES DE FORMACIÓN	NÚMERO DE CICLO	NÚMERO CRÉDITOS
PRIMER CICLO				
Lenguaje I C11C1-5701.07	Características y tipos de lenguaje.	Ciencias Básicas de la Carrera	1	4
Historia General AC C11C1-5502	Historia Universal, Latinoamericana y Nacional.	Área del Conocimiento	1	4
Lectura y Análisis de Texto AC C11C1-6202.01	Técnicas de lectura, lectura comprensiva, y análisis de discurso.	Área del Conocimiento	1	4
Técnicas de estudio y Bases de Datos C11C1-1203.12	Metodologías de estudio y búsqueda de información científico – técnica.	Ciencias Básicas de la Carrera	1	4
Filosofía de la Comunicación EG C11C1-7203.99	Elementos filosóficos y conceptuales de la Comunicación social.	Educación General	1	6
Realidad Nacional EG C11C1-6310	Situación social, política y económica del Ecuador.	Educación General	1	6
SEGUNDO CICLO				
Lenguaje II C11C2-5701.07	Gramática y ortografía	Ciencias Básicas de la Carrera	2	4
Antropología Social EG C11C2-5103	Bases generales y antropológicas de la sociedad humana.	Educación General	2	6
Teorías de la Comunicación AC C11C2-6306.99	Principales corrientes teóricas, clásicas y contemporáneas de la Comunicación Social.	Área del Conocimiento	2	6
Métodos de Investigación Social P1 C11C2-6302.04	Metodologías y técnicas usadas para la investigación social.	Profesionalizante 1	2	4
Educación Ambiental EG C11C2-5899	Conceptualizaciones básicas sobre el ambiente: factores ambientales, los ecosistemas, las actividades humanas y la contaminación ambiental	Educación General	2	3

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS	EJES DE FORMACIÓN	NÚMERO DE CICLO	NÚMERO CRÉDITOS
Semiotica de la Imagen P2 C11C1-6705.99	El signo, simbolismo, iconografía en la Comunicación Social.	Profesionalizante 2	2	4
TERCER CICLO				
Lenguaje III C11C3-5701.07	El oficio de escribir, orden de las palabras y construcción lógica.	Ciencias Básicas de la Carrera	3	4
Teorías de la Cultura I EG C11C3-7207.99	Principales corrientes culturales. Pluralismo, identidad cultural. Concepto de la cultura de diferentes campos del saber.	Educación General	3	4
Psicología Social AC C11C3-6114	Conductas, sensaciones, percepciones individuales y colectivas.	Área del Conocimiento	3	4
Epistemología de la Comunicación AC C11C3-7201.99	El origen de las diferentes corrientes y teorías de la comunicación. El método científico y categorización.		3	4
Producción de Medios Impresos P2 C11C3-5910.03	Fases para la producción de medios impresos: diseño y maquetación digital.	Profesionalizante 2	3	10
Comunicación Corporativa/ Institucional (1) P2 C11C3-6306.99	Planificación para la Comunicación Institucional/ Corporativa. Comunicación en crisis y auditorías.	Profesionalizante 2	3	9

CUARTO CICLO				
Investigación de la Comunicación P1 C11C4	Comunicación especializada.	Profesionalizante 1	4	6
Fotografía y Fotoperiodismo Pyl C11C4-6203.06	Técnicas fotográficas, fotografía digital, y periodismo fotográfico	Práctica y Laboratorio	4	6
Producción de Radio I P2 C11C4-5325.01	Preproducción, producción y posproducción. Edición digital de audio.	Profesionalizante 2	4	10
Ordenamiento Territorial Básico EG C11C4-5401.03	Definición y características técnico-administrativas del ordenamiento territorial.	Educación General	4	3
Ética Periodística EG C11C4-7103.99	Deontología profesional, valores y fundamentos de la ética periodística.	Educación General	4	6
Marketing P2 C11C4-5311.05	Conceptos de Mercadotecnia, estrategias de marketing, investigaciones de mercado y gerencia general.	Profesionalizante 2	4	6
QUINTO CICLO				
Redacción Periodística I AC C11C5-5705	Narración, descripción y estilo periodístico.	Área del Conocimiento	5	4
Apreciación de las Artes EG C11C5-6203	La estética y las artes musicales, plásticas y escénicas.	Educación General	5	4
Estadística CB C11C5-1209	Métodos y técnicas cuanti - cualitativas, y manejo de programas informáticos.	Ciencias Básicas de la Carrera	5	4
Producción de Radio II Pyl C11C4-5325.01	Los pequeños y grandes formatos radiofónicos. Noticieros y documentales radiofónicos.	Práctica y Laboratorio	5	10
PUBLICIDAD Pyl C11C5-6114.01	Promoción: Publicidad y propaganda. Métodos y técnicas publicitarias. Estudio de casos.	Práctica y Laboratorio	6	4
Estrategias de la Comunicación P3 C11C5-6306.99	Planificación estratégica. Planes, proyectos, programas y campañas.	Profesionalizante 3	5	6

SÉPTIMO CICLO				
Redacción Periodística III AC C11C7-5705	Redacción y estilo periodístico.	Área del Conocimiento	7	4
Fundamentos de la Economía Popular y Solidaria EG C11C7-5305.04	La ley de economía popular y solidaria. Las PYMES. Cooperativismo y emprendimiento.	Educación General	7	6
Opinión Pública AC C11C7-5910	Efectos sociales de la comunicación de masas. Opinión pública y opinión publicada.	Área del Conocimiento	7	4
Periodismo digital y Multimedia PyL C11C7-3325.99	Tecnología hipertextual, diseño, edición y redacción de cibermedios.	Práctica y Laboratorio	7	4
Diseño de la Investigación Social PyL C11C7-6302.03	Elaboración del proyecto de investigación.	Práctica y Laboratorio	7	10
Optativa II - Periodismo Comunitario	Organización social y popular. Comunicación y medios alternativos.	Ciencias Básicas de la Carrera	7	4
OCTAVO CICLO				
Redacción Periodística IV AC C11C8-5705	Los géneros en el Periodismo informativo, de opinión, interpretativo e investigativo.	Área del Conocimiento	8	4
Legislación para la Comunicación P3 C11C8-5602.06	Constitución de la República del Ecuador. Leyes orgánicas. Códigos, Ley de Comunicación y Medios.	Profesionalizante 3	8	4
Comunicación Política P1 C11C8-5902.15	Ciencia política. Poderes del Estado. Movimientos y partidos políticos en el Ecuador. Política y medios de comunicación.	Profesionalizante 1	8	4
Investigación de Grado P1 C11C8-6302.03	Observación, trabajo de campo, discusión, y presentación de resultados. Informe final de tesis.	Profesionalizante 1	8	20
		44 asignaturas	8 ciclos	245 créditos

Programa formativo de la carrera de Comunicación Social de la UTPL (2017).

Obtenido de: www.utpl.edu.ec/sites/default/files/dicidesermas/carreras/utpl-comunicacion-social.pdf

Pregunta 5: Disciplinas Deportivas a la que está enfocada la labor periodística.

CUADRO # 5

DISCIPLINA DEPORTIVA	
Fútbol	18
Todas	7

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

GRAFICO # 6



Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un mayor porcentaje de periodistas deportivos radiales de Loja se dedica a difundir noticias deportivas referentes únicamente al fútbol, tan solo una pequeña minoría es quien da noticias de otra índole deportiva. Este fenómeno informativo no solo se produce de manera local, sino de manera nacional e internacional, el fútbol es un deporte originador de un movimiento de masas masivo, por ende, el resultado se ve reflejada en los contenidos informativos deportivos y en el pensar de hinchas y amantes a esta disciplina.

Si analizamos al fútbol considerando la perspectiva de McLuhan (1969), podemos decir que este se constituye verdaderamente como un medio generador de una multiplicidad de efectos psicológicos sobre las sociedades tanto a nivel global como individual. Uno de los efectos más importantes que este produce es la agrupación de las personas en torno al mismo.

Sin importar la edad, la condición económica, el sexo o el origen, el fútbol produce organización, vínculos y pertenencia y esto es justamente lo que pasa con los periodistas locales para que se apadrinen en mayor porcentaje de este deporte que causa al mismo tiempo oposición y conflictos entre distintos grupos, cuando la pasión llega a su extremo de fanatismo. Barraqueta considera que el fútbol prevalece y apasiona, “Basta señalar un estadio que tiene como capacidad 80 mil personas, para invocarnos al fútbol como el de mayor remuneración”.

Respecto a ello, José Iñiguez manifiesta que la sociedad actual ha conllevado a que los deportes colectivos y particularmente el fútbol sea ubicado en las tarimas más importantes desde el punto de vista comercial, no está lejano el caso del *Fifa Gate*, en donde el mundo entero se pudo dar cuenta de las cantidades astronómicas de dinero que se maneja especialmente dentro de esta disciplina deportiva y que lo implantan básicamente como un elemento distractor, en afinidad a ello Iñiguez señala a Noam Chomsky, un lingüista, filósofo, politólogo y activista estadounidense, que expresa que uno de los elementos para manejar la voluntad de las personas es la distracción, y eso es lo que justamente genera el fútbol en todo su concepto.

Comparte con lo dicho, Gonzalo Ojeda quien estima que es preponderante el tema del fútbol en cualquier programa donde se lo emita, pues este deporte mueve millones de dólares al año, comparable con el presupuesto anual de varios países, una pirámide en donde todo el ámbito comercial está relacionado con lo profesional, a diferencia de un fútbol amateur, que no persigue ese afán de lucro, Esto permite en consecuencia que un periodista deportivo, cree una relación comercial-informativa que da frutos y que de alguna manera le permite sobrevivir.

Pregunta 6: La programación ha sido transmitida a nivel local, nacional e internacional, papel desempeñado.

CUADRO # 6

RANGO	
Local	9 periodistas
Nacional	8 periodistas
Internacional	8 periodistas

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las coberturas periodísticas deportivas, se manifiestan casi en el mismo sentido de manera local, nacional e internacional, en este contexto, se debe tomar en cuenta lo que señala el Lic. Gonzalo Ojeda Feijoo, aduciendo que la participación del equipo de Liga Deportiva Universitaria de Loja en el Campeonato Nacional Serie A y Serie B, más el haber jugado en Copa Sudamericana han sido las oportunidades eficaces para que los periodistas deportivos de Loja puedan inmiscuirse en coberturas de este tipo dentro y fuera de la ciudad, así como dentro y fuera del país.

Pregunta 7: Servicios Profesionales en otros medios de comunicación

CUADRO # 7

RANGO		PAPEL DESEMPEÑADO
SI	3	REDACTORES Y COMENTARISTAS PARA MEDIOS DIGITALES
NO	22	

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Son veintidós periodistas deportivos radiales, quienes no realizan ninguna actividad periodística extra en otro medio de comunicación, con esto nos fijamos de que se valen únicamente a su programa deportivo radial y a una misma línea, sin cambiar su estilo y forma al momento de emitir información.

La minoría tan solo se debe a otro medio, pero de manera digital en donde no es preciso manifestarse con las mismas características para informar que en un programa radial

Pregunta 8: Manejo de relación de amistad del periodista deportivo frente a protagonistas del deporte (atletas, jugadores de fútbol, dirigentes...) al momento de informar.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La relación de amistad que pueda existir entre periodistas deportivos y protagonistas del deporte, según la mayoría de ellos es buena y se concibe en base al respeto, cordialidad, separando lo profesional de lo personal, con objetividad cumpliendo con la ética periodística, consiguiendo que pueda existir una buena relación laboral y de simpatía.

Sin embargo, hay un mínimo grupo que no desea entablar de ninguna manera amistad con los personajes deportivos y se concreta solamente a la recolección de información.

Pese a la amistad que suele existir, hay veces en las que el jugador está tan centrado en su trabajo que una vez acabado el partido, conoce a sus amigos. El mismo Egea trabajó durante una época en el diario Mediterráneo de El Castellón. Cada lunes, junto a su redactor jefe, Paco Pascual, acudía antes de comer a tomar el aperitivo a un establecimiento llamado 'La Almasorina'. Allí se encontraban siempre con uno de los primeros yugoslavos que llegaron a España, el guardameta Racic, con él charlaban de fútbol y tomaban algunas cervezas. Un día, después de un partido y todavía en el estadio de Castalia,

Egea le recordó que se verían el lunes donde siempre. Racic se le quedó mirando sin reconocerlo y le dijo: ¿Quién es usted, dónde vamos a vernos?, le preguntó. (Gil, 2004, p. 216)

Con esta narrativa queremos decir que no siempre la relación de amistad se puede decir es buena, pues el comportamiento y las circunstancias son distintas al relacionarnos con un deportista en su vida personal y profesional. Roosevelt Barrazueta destacado periodista deportivo lojano, considera que no es aconsejable tener un tipo de amistad o en el marco de la comunicación pues no se puede comprometer su trabajo informativo por el tipo de relación que se tenga con ciertos personajes de la labor periodística, “Yo no soy muy amigable del “compadrazgo”, pues el momento en que tenga que hacer una crítica sobre tal jugador por un mal accionar, está comprometido, porque es su amigo, pero tampoco se puede ser una persona que por el micrófono trate de herir la susceptibilidad de un jugador o de un dirigente”.

Pregunta 9: Problemas o inconvenientes con algún protagonista deportivo (atletas, jugadores de fútbol, dirigentes...) luego de haber dado declaraciones no acertadas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En esta interrogante hubo diferentes criterios respecto a la misma, algunos manifestaban haber tenido problemas con personajes deportivos en el sentido de dar su opinión personal cada vez que se manifestaban en contra del juego de dicho atleta “Mala interpretación de la gente que nos escuchan y llevan el mensaje mal contado a quien le interese”, son las palabras de un periodista.

Otro señala que “He tenido muy pocos malentendidos, pues las personas en cuestión no escuchan personalmente lo que uno dice y si se enteran a veces les llevan la información

tergiversada, pero de mal entendido no ha pasado”. Pero también se indica han existido inconvenientes no solo con deportistas sino también en la parte dirigenal como anécdota cuenta “Tuve problemas con el presidente anterior de Liga de Loja el Ing. Jaime Villavicencio, sin embargo, no pasó a mayores”

Al contrario de ellos un buen número de periodistas, aunque no la mayoría dicen no haber tenido problemas con nadie, pues tratan de decir su información en base a fuentes fidedignas.

Pregunta 10: Personajes a quienes admiran dentro de la labor periodística deportiva.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El trabajo que realizan cada uno de los periodistas deportivos radiales da cuenta de la admiración que puedan tener de algunos personajes del mundo periodístico deportivo, así pues, algunos de los personajes que señalan como su ejemplo son: Mario Sabato (periodista que cubre ciclismo profesional), Andrés Gushmer, Arturo Magallanes, Cesar Arroyo, (todos estos por la objetividad y profesionalismo al momento de dirigir sus programas sin guardarse información), Carlos Víctor Morales, Patricio Cornejo (Erudito en Fútbol internacional), Petronio Salazar (Ya fallecido, perteneciente al Círculo de Periodistas Deportivos del Guayas), entre otros.

Pregunta 11: Opinión de la remuneración mensual (sueldo, publicidades) que perciben los periodistas deportivos radiales dentro de su labor de acuerdo a su nivel profesional.

CUADRO # 7

RANGO	
JUSTA	1
NO JUSTA	24

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

No es nada escondido que el trabajo periodístico en si no es bien remunerado, en este caso para cada uno de los periodistas deportivos radiales no es la excepción pues manifiestan que la remuneración que puedan recibir no se ajusta al trabajo diario que se cumple para hacer coberturas en varias partes del país e informar en cada uno de sus programas. La Ley Orgánica de Comunicación que se estableció hace poco en el Ecuador, señala que los comunicadores sociales deben tener un sueldo mínimo especificado en 900,00 dólares, pero no se cumple, así lo señalan sus principales afectados que ganan unos cuantos dólares no bajo un sueldo específico sino de acuerdo a la publicidad que ellos puedan conseguir a tarifas muy bajas para difundirlos en el espacio radial en donde salen.

Pregunta 12: Nivel de exigencia profesional de los dueños de medios de comunicación radial, para con los periodistas deportivos al momento de vender su espacio.

CUADRO # 8

RANGO	
EXIGEN	5
NO EXIGEN	20

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Fuente: Encuesta a periodistas deportivos radiales de la ciudad de Loja.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

“A los dueños de los medios de comunicación, simplemente no les interesa si uno es preparado o no para el espacio deportivo que contratamos, a veces ni nos escuchan, pues a ellos solo les importa que cumplamos con el pago mensual de la hora o dos horas que ocupemos en su medio de comunicación”, son las palabras de uno de los periodistas deportivos radiales de Loja, con él están la mayor parte de colegas que se manifiestan con las mismas palabras. Aquella minoría que se indica en el cuadro y que señalan les exigen tener preparación profesional, pero por pertenecer sus medios, a una institución que requiere título profesional.

Pregunta 13: Satisfacciones de periodistas deportivos radiales dentro de su profesión.

Todos señalan haber tenido las mejores satisfacciones al estar en cada una de las coberturas deportivas, pues si nos fijamos cada uno de estos periodistas deportivos radiales han escogido este camino principalmente por el gusto y la afición a esta rama del periodismo, en ciertas veces les ha resultado el conocer a personajes que solo les podía ver o escuchar a través de un medio de comunicación. “Amistades y hacer lo que me apasiona me basta, aunque en lo económico resultado complicado ciertas veces, pero todo se tapa con el gusto de estar en una pista, en una cancha o en la cabina de un estadio, es lo mejor” dice Víctor Ojeda Feijoo, destacado periodista lojano.

RESULTADOS ANÁLISIS DE PROGRAMAS DEPORTIVOS RADIALES

En este análisis a programas radiales se escogió dos de los espacios deportivos con más audiencia y en diferente horario, así pues, en la lista están: Viva el Deporte de Radio Satelital y Fútbol en la 5.50 en Radio Planeta.

CUADRO # 9

ANÁLISIS DE DISCURSO A PERIODISTAS DE “FÚTBOL EN LA 5.50” Horario de programación: 19h00 a 20h00 – Fecha: 19-23 de febrero/2018			
Locutor	Contenido	Estilo discursivo	Nivel de objetividad
Xavier Vega	-Hola aficionados, hola muchachos ya estamos nuevamente aquí, tenemos sorpresa invitados para hoy, pero antes saludemos a nuestros integrantes de la mesa para que nos cuenten la jornada del fin de semana...	<ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje coloquial. - Utiliza palabras y tono de voz de origen serrano, muy enraizadas. 	Predominio de las oraciones enunciativas.
David Campana	-"Hola Xavi así es, estuvimos en Cariamanga haciendo cobertura en lo que fue el partido amistoso de Liga de Loja"	<ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje coloquial. - Muletillas. 	Uso de proposiciones subordinadas adverbiales y sustantivas construidas con formas no personales.
Fabricio Cadme	-"Hola muchachos, ¿Vamos a contarles la información del fin de semana?" -"Antes de nada muchachos, -¿Vamos a lo que se viene?" -Vamos a revisar los convocados, ¿Les parece?	<ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje coloquial. - Interrogantes continuas. 	Empleo de oraciones interrogativas.
ANÁLISIS DE DISCURSO A PERIODISTAS DE “VIVA EL DEPORTE” Horario de programación: 9h00 a 11h00 – Fecha: 19-23 de febrero/2018			
Locutor	Contenido	Estilo Discursivo	Nivel de objetividad
Jesús Manjarrez	Hola Geovanny, hola José Luis, hoy con todas las ganas de contarles la información del fin de semana. Antes de nada Geovanny lo felicito por su reconocimiento al ser designado como vicepresidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja...	<ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje Técnico. - Al ser de nacionalidad colombiana, usa palabras de aquel país. - Lenguaje preciso. 	Empleo de oraciones interrogativas. Predominio de las oraciones enunciativas.

	<p>“Se me escapa el nombre de un periodista fallecido en Perú”</p> <p>-“En este mundo tan cambiante sino tiene padrino, se jodió”</p> <p>-“Oiga, déjeme abonar la tarea que hace Andrés Sarango de Primer Reporte”</p> <p>-“Cómo es que se dice?, amalga... amalga.. amalgamar”</p>		
José Guachizaca	<p>“Ayer topábaNos el tema con el profe y nos supo decir que no se podía”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje coloquial. - Muletillas. - Palabras mal pronunciadas. 	<p>Uso de proposiciones subordinadas adverbiales mal empleadas y sustantivas construidas con formas no personales.</p>
Geovanny Ruiz	<p>-“Vea, algo compartíamos con el profe Gamarra, la impresión en la rueda de prensa, era de un hombre serio, reacio y es todo lo contrario”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje coloquial. - Utiliza palabras y tono de voz de origen costeño. - Hace bromas utilizando refranes y comparaciones. 	<p>Oraciones que evitan expresar el agente.</p>
Jorge Sarmiento	<p>Hola compañeros, antes de nada permítales felicitar estuvimos atentos en la transmisión que se hizo de Cariamanga, por ahí lo escuché a Jesús que no podía armar la alineación estaba alimentando sus ojos por ahí...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Poca participación. - Manejo de control master del programa. - Lenguaje coloquial. 	

g. DISCUSIÓN

COMPROBACIÓN DE OBJETIVOS

Para determinar el cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación, se considera de manera puntual los resultados obtenidos en la aplicación de las técnicas de campo tales como: encuestas, entrevistas, fichas de análisis y su respectiva tabulación e interpretación.

Objetivo General

El análisis del discurso periodístico deportivo de quienes laboran en los medios radiales de la ciudad de Loja, durante los meses de enero del 2018 a marzo del 2018, se pudo cumplir con éxito y obtener resultados del mismo, gracias a la realización de entrevistas a varios personajes importantes de periodismo deportivo lojano de antaño que aún se encuentran vigentes, más las encuestas a 25 periodistas deportivos radiales de la actualidad de nuestra ciudad y el análisis que se efectuó a dos programaciones radiales que en el período marcado, son las que contaban con mayor número de radioescuchas.

Esto ha permitido obtener resultados importantes que conllevan al sentir de cada uno de estos protagonistas, y sobre todo, a ver las falencias como tal al momento de su labor periodística, que coinciden en su mayoría con la falta de preparación profesional académica, lo que ha concluido en una serie de conclusiones y recomendaciones que ansío sirva de fuente y motivo para la realización de más programas educativos relacionados a la preparación ilustrada del periodismo deportivo lojano en general.

Objetivos específicos

- ***Puntualizar el uso de herramientas lingüísticas y paralingüísticas en el lenguaje utilizado por los periodistas deportivos radiales al momento de informar.***

Mediante las fichas de análisis que se realizó al escuchar dos programaciones radiales deportivas de distintas emisoras y de distinto horario, se pudo constatar, el bajo nivel de uso de herramientas lingüísticas y paralingüísticas, concluyendo que efectivamente no usan en ninguna instancia un lenguaje técnico para realizar su labor. Únicamente un periodista de nacionalidad colombiana y que trabaja en una de estas emisoras fue quien uso en ciertas ocasiones el lenguaje técnico antes mencionado.

- ***Conocer el nivel de formación profesional de los periodistas deportivos radiales y su incidencia al momento de informar.***

Mediante la aplicación de una encuesta con 12 preguntas a 25 periodistas deportivos radiales, relacionadas a su formación profesional y experiencias dentro del periodismo deportivo y que conllevan al por qué de cada una de sus experiencias buenas o malas, en el tema laboral. Lo cual nos deja como conclusión que en su mayoría no tiene formación profesional referente a periodismo deportivo, concretando que básicamente la labor aún sigue siendo empírica en cierta forma.

- ***Establecer el nivel de parcialidad o imparcialidad de los periodistas deportivos radiales al momento de informar o transmitir un encuentro deportivo y evaluar los efectos del periodismo deportivo radial en los aficionados al momento de informarse por medio de sus programaciones o transmisiones.***

- Mediante la aplicación de una encuesta con 12 preguntas a 25 periodistas deportivos radiales, relacionadas a su formación profesional, nivel de profesionalismo al momento de informar (parcial o imparcial), experiencias dentro del periodismo deportivo y consecuencias en los aficionados o protagonistas del deporte por algo que conllevó su labor periodística. Dichos métodos nos indicaron que no todos los periodistas deportivos radiales dan la información de manera parcial. Entre colegas se hacen llamar *periohinchas*.
- ***Describir el uso de los espacios deportivos radiales para competir o disputar con otros espacios deportivos en diferentes frecuencias de radio.***

Mediante la aplicación de entrevistas a varios personajes importantes del periodismo deportivo lojano de antaño que aún se encuentran vigentes, más las encuestas a 25 periodistas deportivos radiales de la actualidad de nuestra ciudad una encuesta con 12 preguntas relacionadas a su formación profesional, nivel de profesionalismo al momento de informar (parcial o imparcial), experiencias dentro del periodismo deportivo, consecuencias en los aficionados o protagonistas del deporte por algo que conllevó su labor periodística y el uso o espacio correspondiente al periodismo deportivo local que deberían dar al momento de informar, pues luego de establecer dichos mecanismos se pudo constatar que son pocas las programaciones radiales que se dedican por completo a informar, la mayoría de aquellos espacios manifiestan cierta inconformidad pues denotan el sentido de competencia entre programaciones más no de dar de forma precisa y oportuna el mensaje.

h. CONCLUSIONES

- Los periodistas deportivos radiales en Loja, no poseen un discurso técnico al momento de informar en cada uno de sus espacios radiales.
- La falta de preparación profesional incide directamente en la forma y estilo que tienen cada uno de los periodistas deportivos en Loja y eso se ve reflejado en su forma de expresarse o hacer cobertura de un evento deportivo.
- El fanatismo en algunas ocasiones, es el motivo por el que la mayoría de ellos se han dedicado a esta labor y rama periodística.
- Es palpable por parte de los periodistas la necesidad de no encontrar entidades de educación superior en la que puedan prepararse profesionalmente, tan solo talleres que se dan por parte de la Federación Ecuatoriana de Fútbol con temas repetitivos, en el caso de universidades no existe interés por el tema.
- Las universidades locales no ven importante el establecer dentro de sus mallas curriculares la asignatura de periodismo deportivo o algo relacionado con el discurso periodístico, visto ya de manera profesional.
- No hay exigencia por parte del gobierno, para que la remuneración económica de periodistas deportivos radiales sea justa, no se cumple lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación, más aún luego de que exigieran que todos los comunicadores deban tener título profesional para trabajar en medios de comunicación.

i. RECOMENDACIONES

- Realizar talleres (con diferentes tópicos) para mejorar el perfil profesional de periodistas deportivos en Loja, ya sea por parte de entidades nacionales y locales relacionadas con el tema como: Federación Ecuatoriana de Fútbol, la Asociación de Fútbol Profesional de Loja, el Círculo de Periodistas Deportivos de Loja, Institutos Tecnológicos, universidades y otros estamentos educativos.
- Sugerir a la Universidad Nacional de Loja y Universidad Técnica Particular de Loja, los dos centros de educación superior que poseen la carrera de Comunicación Social en Loja, la necesidad de introducir dentro de sus mallas curriculares, la asignatura de Periodismo Deportivo y/o Técnicas de Discurso para mejorar el perfil profesional de sus estudiantes, o a su vez la creación de una especialización de cuarto nivel que conlleve a mejorar el nivel profesional de los comunicadores deportivos lojanos.
- Se sugiere a periodistas deportivos de la localidad, mejorar su discurso periodístico en cada una de sus programaciones radiales, pues deben conocer que están en espacios muy influyentes en el pensar de la ciudadanía ya que por medio de su forma y estilo de comunicar están incidiendo de manera directa en el comportamiento individual y colectivo.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA ALTERNATIVA

**REALIZACIÓN DE FORO-TALLER INTENSIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL
DISCURSO PERIODÍSTICO DEPORTIVO RADIAL LOCAL**

Autora: Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

Director: Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade Mg. Sc.

LOJA - ECUADOR

2018

a. TITULO

REALIZACIÓN DE FORO-TALLER INTENSIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DEPORTIVO RADIAL LOCAL

b. ANTECEDENTES

Los resultados obtenidos en la presente investigación, validan la decisión de realizar una propuesta sobre todo educativa; como fortalecer la parte discursiva de periodistas deportivos radiales y a su vez nivelar y mejorar su nivel de formación profesional, pues es una de las principales falencias para que se produzca el déficit informativo en sus programaciones.

Agregar también que como experiencia personal al realizar esta tesis y al estar inmersa laboralmente durante 4 años en el mundo del periodismo deportivo local, soy testigo de que poca importancia se le ha dado al tema de prepararse académicamente tanto por parte de periodistas, así como de los entes de educación superior, que, a nivel nacional, pero sobretodo local no han puesto interés alguno en la preparación profesional de esta rama del periodismo, que cada vez influye de manera significativa en el convivir de las sociedades.

La intervención de costumbres y estilos culturales propios del lugar en este caso de Loja es otro de los inconvenientes pues al ser una ciudad relativamente pequeña la información periodística deportiva se convierte en un cúmulo de información minúscula, copiada, repetitiva y competitiva entre las mismas programaciones radiales.

Nuevas generaciones de periodistas deportivos radiales se suman a esta tendencia informativa lo lamentable es que poco a poco se convierten en los seguidores del estilo de los periodistas deportivos de antaño, la única diferencia y de la que han sabido aprovechar, es la utilización de nuevas herramientas periodísticas como las digitales (redes sociales, páginas web, blogs) que hacen que el trabajo sea más práctico e instantáneo y que resultan el reflejo de su trabajo, no por los años de experiencia sino por establecer nuevas tendencias informativas en este arte.

Crear formas de lograr una correcta profesionalización del periodismo deportivo local por medio de foro-talleres es una vía por la cual, se ubicará a Loja en un sitio profesional aún más alto que el de otras ciudades más aún cuando Loja es reconocida como ciudad cultural y académica. Se debe tomar como prioridad el postularse a estar en ese sitio en todo sentido.

c. JUSTIFICACIÓN

Luego de analizar las distintas programaciones radiales deportivas que usualmente tienen el mayor número de oyentes y que en sus mesas de trabajo poseen periodistas deportivos radiales de distinto estilo, edad y maneras de comunicar el formato al que corresponde su trabajo y además realizarles una encuesta a cada uno de ellos, se hace necesaria la realización de Foro-Taller intensivo en temas de periodismo deportivo, los mismo que serán dictados y tendrán el aval de los estamentos educativos (UNL y FEF) y gente especializada en el tema, en este caso permitiría el mejoramiento del nivel profesional y actualización de conocimientos para la nueva era periodística, pues ningún ente de educación superior en la localidad se ha preocupado por inmiscuirse dentro de esta rama del periodismo que en los últimos años ha alcanzado un alto nivel de seguidores y amantes de la información periodística.

Los mismos periodistas deportivos lojanos han ratificado que la única formación recibida durante los últimos dos años ha venido por parte de la Federación Ecuatoriana de Fútbol, aunque dicha institución en cada uno de los talleres dictados referentes a la labor periodística deportiva no ha cambiado de temática, siendo una formación nada novedosa para los nuevos tiempos.

Mejorar el nivel de formación profesional en periodistas deportivos mejoraría el estatus académico que debe tener la ciudad como tal, en cuanto a otras ciudades de las mismas características y con similar campo informativo de esta índole.

Para los oyentes en el caso de programas radiales se conseguiría captar información manejada de mejor forma, más certera, más precisa, sin buscar primicias y más concreta, hablamos de calidad informativa más de cantidad informativa.

d. OBJETIVOS

Objetivo General

- Contribuir a la formación profesional de periodistas deportivos locales por medio de un foro-taller intensivo, para mejorar el manejo de información utilizando un mejor discurso periodístico.

Objetivos Específicos

- Mejorar las técnicas discursivas de los periodistas deportivos radiales para manejar profesionalmente cada uno de sus espacios de programación.

- Solucionar las diferentes falencias que existen dentro de la emisión de información deportiva local, por medio de conversaciones directas con periodistas deportivos de la ciudad.
- Concienciar a periodistas deportivos locales sobre la importancia de realizar su formación profesional de manera continua, para el mejor desenvolvimiento al momento de dar información que corresponde a su contexto.

e. FACTIBILIDAD

Este proyecto es viable pues en cuanto a los requerimientos técnicos que se necesitan para la realización de actividades académicas (Foro-Taller) referidas en temas de periodismo deportivo, se cuenta con el aporte de la Comisión Académica de la Federación Ecuatoriana de Fútbol y su filial la Asociación de Fútbol Profesional de Loja, de ahí el sentido de que el Foro-Taller sea intensivo pues se contará con la participación de expositores nacionales, más la predisposición de docentes especializados de la carrera de Comunicación Social, con el apoyo logístico y académico.

Estas instituciones poseen especialistas de alto nivel referentes a la rama del deporte encargados de difundir los diferentes tópicos que se darán en el Foro-Taller y que están relacionados a las falencias encontradas en el desarrollo de la investigación permitiendo instruir de manera significativa las mentes de los periodistas deportivos locales, tomados en cuenta desde las filas del Círculo de Periodistas Deportivos de Loja pues son quienes en su mayoría, han llevado a obtener importante información para orientar el tema, con la utilización de la metodología planteada en el presente proyecto y cada una de sus herramientas.

f. IMPORTANCIA DE LOS TALLERES

El Foro-Taller intensivo en temas de periodismo deportivo despertará el interés para comunicadores de esta rama, para sentir la necesidad de verse cada vez más preparados y avalados en todos sus proyectos laborales.

Este evento de capacitación es una modalidad del aprendizaje caracterizado por la unión de teoría y práctica más el aporte de ideas de cada uno de los participantes, los expertos son quienes expondrán sus conocimientos teóricos y las vías por las que se puede manejar mejor esta teoría para llegar a la perfecta práctica.

Los Foro-Talleres son considerados hoy en día en una herramienta idónea para vincular los conceptos y enraizarlos en el día a día. Los especialistas brindarán la facultad a los periodistas deportivos de cambiar la técnica discursiva, modo de informar y sobretodo la visión a futuro que puedan ponerse como meta en su quehacer laboral.

g. PROCESO DEL FORO-TALLER

Título

Fortalecimiento del Discurso Periodístico Deportivo Radial Local

Lugar

Aula Magna de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación.

PROGRAMACIÓN

Hora	Contenido – Temáticas	Expositor
8h00-9h00	BIENVENIDA Antecedentes del periodismo deportivo nacional y local <ul style="list-style-type: none">- Primeros protagonistas del periodismo deportivo nacional.- Primeros protagonistas del periodismo deportivo local.- Primeros indicios de discurso deportivo radial en Loja.	Lic. Víctor Ojeda Feijoo (Periodista Deportivo Radial)
9h00-10h00	Técnicas y Estrategias de Comunicación en el Periodismo Deportivo	Lic. Alberto Astudillo (Periodista Deportivo Teleamazonas)
10h00-11h00	Importancia del discurso periodístico deportivo radial, como regulador de la mentalidad de un individuo <ul style="list-style-type: none">- Efectos de los medios masivos de comunicación en los oyentes.	Lic. Alberto Astudillo (Periodista Deportivo Teleamazonas)
11h00-11h30	Coffee Break	
11h30-13h00	Redacción periodística deportiva como base para televisión, prensa escrita y radiofónica <ul style="list-style-type: none">- Ejecuciones creativas.- Elaboración de noticias con todos los matices profesionales.- Manejo de información en reacción a los aficionados.	PhD. José Iñiguez Cartagena (Periodista Deportivo, Docente de la UNL)
14h00-16h00	Principios Comunicacionales para una efectiva información deportiva oral <ul style="list-style-type: none">- Cohesión,	

	<ul style="list-style-type: none"> - Coherencia. - Intencionalidad. - Aceptabilidad. - Contexto. - Intertextualidad. - Eficacia, efectividad. - Adecuación. 	<p>Ing. Alex De La Torre (Comisión Académica FEF)</p>
16h00-18h00	<p>Nuevas tendencias comunicacionales en el periodismo deportivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Periodismo deportivo en Internet. - Redes Sociales y el manejo del periodismo deportivo. <ul style="list-style-type: none"> • Narrativa Deportiva para transmisiones en vivo por medio de redes sociales. (Facebook, Instagram) - Páginas web y blogs en periodismo deportivo. <ul style="list-style-type: none"> • Periodismo Deportivo en Radios <i>On Line.</i> <p>CLAUSURA Y ENTREGA DE CERTIFICADOS</p>	<p>Ing. Alex De La Torre (Comisión Académica FEF)</p>

Duración

- Un día (dos jornadas)

Proceso Final

- Se entregará un certificado avalado por la Federación Ecuatoriana de Fútbol en conjunto con la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

Presupuesto y Financiamiento

DETALLE	EXPOSITOR NACIONAL 1	EXPOSITOR NACIONAL 2	EXPOSITOR LOCAL 1	EXPOSITOR LOCAL 2	TOTAL PARCIAL
Transporte (Aéreo-Terrestre)	\$300.00 (Quito-Loja Loja-Quito)	\$200.00 (Guayaquil-Loja Loja-Guayaquil)	\$10.00	\$10.00	\$520.00
Alimentación	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	80.00
LUGAR DEL EVENTO (Aula Magna Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación de la UNL)	\$0.00				\$0.00
LOGÍSTICA (Equipos de audio, impresión de Certificados, Protocolo)	\$300.00				\$300.00
	TOTAL				\$900.00

El presupuesto de la presente propuesta está basado en los valores referentes al transporte de los expositores, uno de ellos cubierto por la Federación Ecuatoriana de Fútbol y el resto por la autora del presente proyecto, así como los gastos en cuanto a alimentación, el lugar en donde se va a desarrollar el Foro-Taller Intensivo, más la logística (equipos de audio, protocolo y ‘coffee break’ para los asistentes).

j. BIBLIOGRAFÍA

- Bernal, S. (2009). “Manual de capacitación para radio”. Proyecto UNESCO-ABCOP. Santa Cruz.
Recuperado de https://toolteca.files.wordpress.com/2013/04/manual_de_radio.pdf
- Cardoso, M. (2009). “Historia de Radio”. Ediciones CIESPAL. Quito.
Recuperado de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=53704>
- Cortés, C. (2005). “La radio digital”. Revista CHASQUI. Quito.
Recuperado de <file:///C:/Users/hp/Downloads/REXTN-CH92.pdf>
- Galeano, E. (1995). “Fútbol, sol y sombras”. Editorial Catálogos. Montevideo.
- García, J. (1998). “El Mundo de la Radio”. Editorial QUIPUS. Quito.
Recuperado de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=43061>
- Kaplún, M. (1999). “Producción de Programas de Radio”. Editorial QUIPUS. Quito.
Recuperado de <http://sitio.amarcuguay.org/wp-content/uploads/2012/07/LFLACSO-A-Kaplun-PUBCOM.pdf>
- López, J.I. (2015). “Pasión por la Radio”. Editorial Artes Gráficas Silva. Quito.

Recuperado de <https://radialistas.net/wp-content/uploads/media/uploads/descargas/libro-pasion-por-la-radio-jose-ignacio-lopez-vigil.pdf>

- McLuhan, M. (1969). “La comprensión de los medios como extensiones del hombre”, Editorial Diana. México.

- Pérez, M. (2005). Revista Comunicar, Edición 25. Barcelona.

- Ramón, X. (2013). “La Radio un medio de evolución”. Editorial Comunicación Social UTPL. Loja.

- Rojas, J. (2013). “Periodismo deportivo. Hacia la innovación y el emprendimiento en la red”. Editorial Fragua. Madrid.

- Sayago, S. (2014). “El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales”. Editorial Cinta Moebio. Valparaíso.
Recuperado de <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/49/sayago.html>

- Van, T. (1996). “Las estructuras y funciones del discurso”. Editorial Siglo XXI. México.

k. ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

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

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

**ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DEPORTIVO RADIAL DE LA CIUDAD DE
LOJA, EN LOS MESES DE ENERO DEL 2018 A MARZO DEL 2018**

Proyecto de tesis previo a la obtención
del grado de Licenciado en Ciencias de
la Comunicación Social.

AUTORA Valeria Cecibel Astudillo Cabrera

LOJA - ECUADOR

2017

a. TEMA

ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DEPORTIVO RADIAL DE LA CIUDAD
DE LOJA, EN LOS MESES DE ENERO DEL 2018 A MARZO DEL 2018

b. PROBLEMÁTICA

Desde sus inicios el periodismo se ha convertido en una de las herramientas más significativas a nivel de comunicación. Varias ramas según el tipo de información se desprenden de esta profesión que se ha convertido en una de las más populares a nivel de sociedad.

Una de esas ramas es el periodismo deportivo, que se encarga de recolectar información referente a competiciones deportivas locales, nacionales e internacionales. Sin embargo, lo que más denota a nivel mundial en este tipo de periodismo, ha sido y es, el estilo y léxico lingüístico utilizado por la mayoría de periodistas que se dedican a esta labor, en especial en la disciplina del fútbol, que en la mayoría de los casos se identifica con el tipo de cultura, costumbres y hábitos de una sociedad. En medios de comunicación a nivel mundial, periodistas deportivos hacen notable su talento y características propias al momento de utilizar el idioma informativo, enriqueciendo el lenguaje de un acontecimiento deportivo.

En el Ecuador, todo el protagonismo que este deporte ha adquirido se debe principalmente a la aparición de los equipos del astillero como popularmente se los conoce; Barcelona y Emelec; estos equipos los más antiguos a nivel del país han logrado concebir un estilo propio del periodista deportivo ecuatoriano en sus diferentes difusiones, ya sea en televisión, radio o medios impresos, abasteciendo a las zonas más recónditas del país. Esto ha generado que en distintos lugares este deporte sea concebido de acuerdo al modo de expresarse o de apasionarse de quienes narran o comentan un encuentro futbolístico.

Bajo estas concepciones los medios radiales han sido los que más han logrado asentarse en el oído de la población, ya que abastece a zonas en donde otros medios no tienen cobertura. Al inicio quienes se han formado empíricamente dentro de este mundo, establecieron el arte de la difusión radial como una de sus pasiones, a pesar de ello hoy en día muchos piensan que el mundo informativo deportivo exige aún más preparación para llevar a cabo la labor con mayor profesionalismo. Sin embargo, se puede identificar que utilizan repetitivamente los mismos términos en cada una de sus transmisiones, llegando inclusive a pronunciar algunos no propios del lugar, provocando que los radio-escuchas se acostumbren a la continuidad del mismo contenido informativo con las mismas cualidades y defectos, demostrando en sí la baja calidad del mismo y dando a lugar a la creación o adopción de nuevas identidades.

El apego o afición a un equipo en particular por parte de periodistas deportivos radiales es otro de los puntos, pues la mayor parte de audiencia asume conductas, juicios de valor o comportamientos afines hacia la aceptación o negación de los llamados “equipos de siempre”.

La imparcialidad dentro de los contenidos deportivos debe ser prioridad en un medio informativo de este tipo, pues debe ser neutral y variada para que todos los deportistas que forman parte de los diferentes equipos sean tomados en cuenta bajo las mismas condiciones y así la audiencia pueda tener información ecuánime.

En Loja, ciudad ubicada al sur del Ecuador, el periodismo deportivo radial es uno de los más asentados a nivel de información, el estilo de vida que promulga la ciudad hace que la ciudadanía escoja este medio de comunicación pues su sintonía es más adaptable a su modus vivendi.

El periodismo deportivo radiofónico lojano en la mayoría de los casos se ha enfocado principalmente en lo que es el fútbol, un deporte promocionado en gran parte para crear y modelar en el público pasiones y desenfrenos hacia esta actividad.

Sin embargo, el discurso periodístico por periodistas radiales en Loja se ha visto sustentando de varios elementos propios del lugar y que dan características únicas a la información radial en la ciudad. Es por ello que se ha creído importante estudiar ¿Cuáles son las principales herramientas, características, semejanzas y diferencias que utilizan dichos periodistas dentro su labor en la información deportiva local?

c. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo trata de descubrir los recursos o herramientas con las que trabaja un locutor deportivo radial y el modo en el que incide sobre el modo de vida del ecuatoriano y el lojano, tomando en cuenta que, la radio es un instrumento poderoso de pensamientos ideológicos, que transmite mensajes de diferente índole a distintos lugares.

La transmisión de hechos deportivos es uno de los principales elementos generadores de emociones en el mundo de la información, pues tiene como respuesta el comportamiento individual y colectivo de una sociedad. El fútbol, en Ecuador, es un instrumento que moviliza lo económico, político y mediático. En Loja no es la excepción, para ello es necesario realizar el estudio de los elementos con los que trabajan los distintos locutores deportivos de la localidad, pues al ser esta ciudad merecedora del manejo del mejor castellano del mundo, es imprescindible conocer si a partir de este oficio se hace mérito a dicho calificativo.

Conocer también, si el manejo de las nuevas tecnologías está teniendo la respuesta e impacto que se espera dentro del manejo de masas del mundo informativo, esto tomando en cuenta el estilo de vida y características propias de la gente que vive en esta parte del Ecuador y del mundo.

d. OBJETIVOS

General:

Analizar el discurso periodístico deportivo de quienes laboran en los medios radiales de la ciudad de Loja, durante los meses de enero del 2018 a marzo del 2018.

Específicos:

- Puntualizar el uso de herramientas lingüísticas y paralingüísticas en el lenguaje utilizado por los periodistas deportivos radiales al momento de informar.
- Conocer el nivel de formación profesional de los periodistas deportivos radiales y su incidencia al momento de informar.
- Establecer el nivel de parcialidad o imparcialidad de los periodistas deportivos radiales al momento de informar o transmitir un encuentro deportivo y evaluar los efectos del periodismo deportivo radial en los aficionados al momento de informarse por medio de sus programaciones o transmisiones.
- Describir el uso de los espacios deportivos radiales para competir o disputar con otros espacios deportivos en diferentes frecuencias de radio.

e. MARCO TEÓRICO

1. La Radio

1.1. Definición

1.2. Características de la radio

1.3. Funciones de la radio

1.4. Importancia de la radio a nivel mundial

1.5. La radio en el Ecuador

1.5.1. Historia de la radio en Ecuador

1.5.2. La radio ecuatoriana en la actualidad

1.6. La radio en Loja

1.6.1. Historia

2. Discurso

2.1. Concepto de discurso

2.2. Desarrollo de discurso

2.2.1. Componentes del discurso

2.3. El discurso en los medios de comunicación

2.3.1. El discurso en la televisión

2.3.2. El discurso en la radio

3. Géneros y formatos en radio

3.1.1. La noticia

3.1.2. Entrevista

3.1.3. Editorial

3.1.4. Crónica

3.1.4.1. Crónica Deportiva

4. Periodismo Deportivo

4.1.Periodismo deportivo en la actualidad

5. Periodismo deportivo radial en el Ecuador

5.1.Periodismo deportivo radial en la actualidad

6. Periodismo deportivo radial en Loja

6.1.Periodismo deportivo radial de Loja en la actualidad

6.2.Principales elementos radiofónicos deportivos

6.2.1. Lenguaje radial deportivo

6.2.1.1.La objetividad

6.2.1.2.Principios deontológicos

6.2.1.3.Principios éticos

6.2.1.4.El mensaje

6.2.1.5.Proximidad

6.2.1.6.Comprensión

6.2.1.7.Fuentes informativas

6.2.1.8.Primicias y comunicados

6.2.1.9.Redacción y estilo

6.2.1.10. Actualidad

6.2.2. Normas Prácticas de Uso del Lenguaje radiofónico

6.2.2.1.Verbos

6.2.2.2.Adjetivos

6.2.2.3.Adverbios

6.2.2.4.Pronombres

6.2.2.5.Puntuación

6.2.2.6.Retransmisiones

- 6.2.2.6.1. Pobreza de vocabulario
- 6.2.2.6.2. Uso indebido de preposiciones
- 6.2.2.6.3. Abuso de adjetivos y adverbios
- 6.2.2.6.4. Uso indebido del gerundio
- 6.2.2.6.5. Laísmo, leísmo y loísmo
- 6.2.2.6.6. Queísmo
- 6.2.2.6.7. Perifrasis
- 6.2.2.6.8. Abuso de expresiones
- 6.2.2.6.9. Uso de barbarismos
- 6.2.2.6.10. Errores de concepto

6.2.2.7. Errores de actitud

- 6.2.2.7.1. Yoísmo
- 6.2.2.7.2. Engolamiento
- 6.2.2.7.3. Retórica gratuita
- 6.2.2.7.4. Tono monocorde
- 6.2.2.7.5. Énfasis excesivo
- 6.2.2.7.6. Tuteo o familiaridad excesiva
- 6.2.2.7.7. Aseveraciones y exclamaciones
- 6.2.2.7.8. Alardeo en el saludo

6.4. Análisis de la audiencia radial deportiva en Loja

1. La Radio

La radio es sin lugar a dudas el medio de comunicación con mayor difusión en todo el planeta. En sus inicios se constituyó el medio más eficaz para la sociedad ansiosa de información pues tenía más accesibilidad a la misma.

Esta vía de comunicación resultó ser mucho más efectiva para la época en la que, solo se podía escuchar un discurso o disfrutar de buena música, en presentaciones en vivo. Según Biagi (2009), investigador comunicacional, “La radio daba a sus oyentes un informe inmediato de las noticias cuando los eventos mundiales demandaban atención (...) transformó la política estadounidense mediante la transmisión de debates públicos”.

La radio se constituía de a poco como el invento más innovador para aquellos días, aunque en la actualidad lo sigue siendo a su manera. Estudios realizados por la Pontificia Universidad Católica de Chile en el año de 1996 revelan que la radio tiene mayor nivel de recepción en sus habitantes, esto en comparación con la televisión.

Si se hiciera la misma investigación en otros países de la región sospecho que obtendríamos resultados similares. Además, a los agoreros de otros medios hay que mostrarles las cifras, nunca estuvieron más saturados, nunca hubo más estaciones y receptores de radio en nuestros países. (López, 2005, p.13).

En el Ecuador las estaciones radiales se encuentran en pleno auge, demostrando que la televisión con sus atributos no necesariamente ha robado espacio de difusión a la misma, al contrario, se ha potenciado con el paso de los años, convirtiéndose en uno de los medios de comunicación que no caduca, sino que se innova y se hace más útil para los usuarios.

Rafael Roncagliolo (1997), considera que la radio sigue siendo el medio de comunicación más universal. Puede decirse que los ciudadanos se enteran de las noticias en la radio, lo confirman por la televisión y las reflexionan al día siguiente en la radio.

Hoy en día, la revolución digital en información también ha afectado a la radio, sin embargo, no ha sido un obstáculo ni una excusa para su exterminación, la renovación continúa y este medio está cada vez más apto para seguir siendo universal, por medio de las nuevas tecnologías que exige el mundo moderno.

En abril del año pasado, Noruega se convirtió en el primer país en eliminar la Frecuencia Modulada (FM) radial. El proceso ha seguido su curso y para enero de 2017 toda la radiodifusión de la nación escandinava será digital. El boom de las radios digitales empezó hace más de una década en Estados Unidos y Europa. Sin embargo, con el paso del tiempo y las mejoras en el servicio de Internet, la emisión digital se tomó rápidamente América Latina. En la actualidad, se estima que cerca de 500 radios digitales se emiten desde Ecuador.¹

Cortés (2005), señala que la más generalizada de estas innovaciones, es el llamado audio en flujo, resultado del uso y abuso de los medios en flujo ‘streamming media’ que incluyen el acceso gratuito o pagado a archivos de datos, video o música, desde diversos portales web. Las nuevas tecnologías interconectadas permiten la aparición de nuevos modelos de audiencia, gracias a la flexibilidad de los datos digitales y la acelerada disminución en el precio de los chips de memoria.

1.1. Definición de Radio

Varios son los conceptos que engloban esta vía de comunicación, pues por medio de esta, la sociedad en general ha podido desarrollarse informativamente. Esteinou (1983), manifiesta que la radio como medio es un elemento de la comunicación social, que pone en relación a

¹ Más información en <https://www.expreso.ec/guayaquil/lo-digital-el-futuro-de-la-radiodifusion-ecuatoriana-GC334976>

grupos sociales grandes, mientras que Barlow (1988), lo expresa como un sistema que transmite señales, a través del emisor, codificador y canal.

Al ser un acceso comunicacional en donde el emisor puede expresar su sentir acorde a la información que emite, la radio es también la utilización de un estilo acorde con el contenido. Román (2003), define que todo lo que engloba la radio es el resultado de años de investigación y de la invención de otros artefactos que emergieron gracias a la búsqueda del entendimiento y desarrollo de las posibilidades que ofrecía la electricidad. Berlín (1998), precisa a la radio como un canal de circulación, aparato de recepción, lenguaje de comunicación y modo de producción.

1.2. Características de la radio

La radio al ser un medio de comunicación masivo abarca varios aspectos que van dentro de su estructura como tal, así como de su programación. Según la web educativa, Educarchile (2009), la radio tiene la capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes, al escucharla de forma compatible con el desarrollo de otras actividades. Es también el medio que ofrece mayor libertad, inmediatez, agilidad, accesibilidad, credibilidad, diversidad de la audiencia. A diferencia de otros medios obviamente es más barata, técnicamente sencilla y gratuita. “Es también instantaneidad y fugacidad, tiene ubicuidad llega a todos los lugares y alcanza mucha audiencia. Posee unidireccionalidad, hay un emisor y una serie de receptores que escuchan el mensaje radiofónico. (...) Finalmente tiene sencillez de producción”. (Departamento TIC del Centro Regional de Investigación y Fortalecimiento “Las Acacias”, 2008, p.3)

Aunque obviamente, las características antes mencionadas abarcan en su mayoría todo lo que tiene que ver con radio también se expresa de diferentes formas. Puede ser unisensorial al percibirse únicamente a través del oído y secuencial pues transmite el mensaje de forma lineal en una secuencia que no se puede alterar.

La radio en el seno de los estudios ‘massmediáticos’ tiene su historia particular; sus mitos y héroes propios; su capital. Contra el uso inequívoco, generalizado y casi neutral de modelos teóricos aplicables a cualquier medio de comunicación, se ha desarrollado una tendencia que adapta aquellas generalidades a las especificidades tecnológicas, lingüísticas y estructurales de cada uno de los soportes que permiten la existencia del llamado sistema de comunicación social. (Berlín 1998. p.1)

Desde sus inicios, la radio ha contado con una tradición de intelectuales y experiencias centradas en su uso educativo y comunicativo frente a varias razones que las justifica, por ejemplo, el monopolio estatal.

1.3.Funciones de la radio

La radio desde el principio ha representado el medio de comunicación, generador de movimiento de masas a gran escala, es por ello que es importante reconocer las funciones que ha tenido como tal al prestar información a los lugares más recónditos del planeta.

Lozoya (1976), en su artículo “El estatus de la radio y la televisión” reconoce varias de las situaciones funcionales de la radio en su orden jerárquico. Así pues, señala que ésta permite informar con libertad de emitir y recibir contenidos que educan y cultivan, permite además la publicación de anuncios y entretenimiento y recreación en general.

1.4.Importancia de la radio a nivel mundial

La radio como medio de información nació de la necesidad misma de la historia, la sociedad requería de un medio de comunicación inmediato y versátil. Para hacer posible esto se necesitó

del aporte investigativo de varios expertos en electromagnética y las aportaciones que han dado los mismos en el paso del tiempo.

Los antecedentes más remotos de este medio debemos situarlos con la creación del telégrafo, para dar paso en 1835 a Samuel Morse con la invención de del sistema de telegrafía electromagnética. “El tiempo no cesó y fue “En marzo de 1876 cuando Alexander Graham Bell transmitió un mensaje a través de un teléfono de su propia invención” (Biagi, 2007, p.119).

Los años pasaron y en 1887 en Alemania, el físico Heinrich Hertz realizó experimentos con nuevas ondas radiales, que luego se conocerían con el nombre de ondas hertzianas y que serían uno de los puntos base para la creación en sí de la radiofusión.

Dichos investigadores aún usaban para sus creaciones, un sistema de cables para realizar con éxito la transmisión de sus mensajes. En realidad, fue Guglielmo Marconi el que transportó el sonido de una campana hacia otra habitación a una distancia de nueve millas y sin usar cables. Estos inventos, “La radio, las técnicas fonográficas y el teléfono pueden ser vistos entonces en sistema, como un conjunto de juegos de vinculaciones espacio/temporales entre sujetos individuales/sociales, que se encuadran en la construcción del mundo tal como lo vivimos actualmente”. (Fernández, 2014, p.37)

Dicho esto, Biagi (2007), manifiesta que el gobierno estadounidense fue el primero en aprovechar la radiofusión y regularla, mediante la aprobación de la Ley de Radios de 1912 que otorgaba permiso a la gente que así lo deseara para transmitir o recibir mensajes.

Varias fueron las experiencias que se dieron en el tema radial en Norteamérica y Europa. Cuando la radio llegó a América Latina la sociedad estaba ávida de este medio de

comunicación. Los primeros lugares en poder hacer uso de esta herramienta comunicativa fueron las regiones cercanas al mar.

Los primeros ensayos de radiodifusión en América Latina se lograron a nivel de equipos pequeños, tanto en su alcance como en su recepción. Su manejo técnico y su empleo era sólo de algunas personas, que más lo hacían por pasatiempo, con las características propias de lo que hoy los conocemos como radioaficionados. (García, 1980, p.25)

Argentina es el primer país en Latinoamérica en hacer radiodifusión, el 27 de agosto de 1920 Sociedad Radio Argentina es la primera emisora en hacer una transmisión a aire. Este hecho provocó el origen de varias asociaciones que hacen referencia a la radiodifusión latinoamericana. Aseverando lo anterior, Pullero (2011), afirma que en 1972 nace la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) a partir de la confluencia de 18 escuelas radiofónicas vinculadas a la Iglesia Católica.

Pero había algo más que influyó en el tema de la inserción de la radio en esta parte del planeta, y es justamente las bases culturales que están enraizadas en cada uno de los países latinoamericanos. “En diferentes lugares del quehacer comunicacional se trabaja en la definición de métodos eficaces para enfrentar la penetración cultural y a la vez ideológica. Uno de ellos está en la práctica de algunas emisoras populares de América Latina.”. (Correa, 2002, p.18).

Así lo confirma, Ballesteros (2012), quien hace alusión a los múltiples frutos del texto sonoro para la alternativa de desarrollo de sus localidades; anuncia y denuncia en El Salvador; educa en Colombia; favorece a indígenas en Bolivia, es decir, se compromete en la vida cotidiana de varias sociedades.

La radio latinoamericana ha tomado en serio su responsabilidad educativa movilizand o a la población, defendiendo las identidades culturales, devolviéndole a la gente la palabra: ha empoderado a la ciudadanía en el reclamo de sus derechos y ha democratizado los contenidos aprovechando la radio como medio de comunicación. (López, 2008, p.1)

Entre los medios de comunicación masiva, la radio fue y sigue siendo la de mayor cobertura y aceptación en la región latinoamericana. Es difícil encontrar, incluso en el altiplano o en la profundidad de la selva amazónica, un hogar donde no haya un receptor de radio.

1.5. La radio en el Ecuador

En el Ecuador, la radiodifusión se ha constituido en un medio de comunicación efectivo en la vida familiar, el primer aparato electrónico en prenderse para muchos es la radio y la voz del locutor que participa en el primer reporte de noticias es parte del día a día de varios hogares por más de medio siglo.

El cumplimiento de estas necesidades informativas en nuestro país efectivamente lo debemos gracias a Carlos Cordovez Borja, un riobambeño creador de la primera estación radiodifusora denominada 'El Prado'. Según el investigador musical, Mario Godoy (2005), la fecha de la primera emisión de prueba de dicha radio fue el 27 de febrero de 1925, y la de la primera emisión normal fue el 13 de junio de 1929.

Desde ese entonces, la vida de los pueblos cambió de manera significativa en el desarrollo político, económico y social del país. El apareamiento de la radiodifusión intervino de manera decisiva en varios aspectos del convivir nacional y del comportamiento social en el Ecuador. (Ruiz y Nieto 1990, p. 119)

La técnica y la versatilidad empleadas en una transmisión radial, hacen que pueda llegar hasta los lugares más remotos y lejanos del suelo ecuatoriano, más aún cuando en varios de estos lugares el único medio de comunicación con el que contaban y cuentan efectivamente es la radio.

1.5.1. Historia de la radio en el Ecuador

Riobamba es la ciudad que desde 1929, marcó un impacto social, económico, cultural, pero sobre todo informativo dentro del Ecuador, más aún cuando la inestabilidad política empezaba a ponderar en ese entonces. Radio ‘el Prado’ fue el medio radial que se fundó en dicha ciudad y que empezó a ser la vía de comunicación más influyente y por ende el contacto directo, al sentir y pensar de la ideología de la gente.

Ortiz (2009), en su obra ‘La radio en el área andina: tendencia e información’ menciona que, años después, en 1931 se creó la primera radio de Quito, HCJB la Voz de los Andes comandada por pastores evangélicos logran un permiso de operación por 25 años otorgado por el Presidente de la República Dr. Isidro Ayora.

La década de los treinta, estuvo marcada por la presencia de varias emisoras: Radio La Voz de Imbabura (1935), Radio Bolívar (1936) y Radio Colón (1938.) Dos décadas después, en los años cincuenta, el desarrollo de los transistores inicio un nuevo rostro en la radio del Ecuador, gracias a la incorporación de receptores en los vehículos. En la década de los sesentas se presenta la llegada de la televisión, existiendo el temor que la radiodifusión pueda desaparecer o declinar ante la misma. Para principios de esta década, el Ecuador ya contaba con 135 estaciones de radio. (Ocaña, 2005, p.169)

Ocaña (2005), señala que, más emisoras aparecieron luego de una década, hasta doblar el número de estaciones radiales; el sonido fue mejorando hasta que llegó al Ecuador el sonido estéreo que produjo más radioaficionados satisfechos por el servicio. Para los ochentas, el número de emisores en todo el Ecuador era de 321. En 1922 Radio Ondas Azuayas fue la primera emisora en transmitir por frecuencia modulada FM y de esta forma incursionó en el servicio satelital formando parte de la Cadena Solar con la que la ciudad de Cuenca se conecta a diario con los países de Latinoamérica.

Respecto a ello, el investigador comunicacional Fernando Ortiz (2009), señala que la saturación del espectro en FM, creó la necesidad de la aparición de una nueva tecnología, con el fin de satisfacer la demanda de los ciudadanos ecuatorianos, fue entonces cuando se dio paso a la televisión, que en primera instancia se pensó iba a aplastar el mundo radial. Sin embargo, otro fue el desenlace del uso combinado de estos medios de comunicación, hasta hoy, la radio es más utilizada por los usuarios en comparación con la televisión. El sistema FM (Frecuencia Modulada) hizo que en esta década la radio se encuentre en la cima de su apogeo. Gracias a FM, los enlaces con línea física quedaron atrás.

1.5.2. La radio ecuatoriana en la actualidad

Según el informe realizado por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones ARCOTEL con corte hasta junio del 2017, en el Ecuador existen 889 emisoras radiales en FM y 147 en AM. Estos datos corroboran la acelerada instauración de las emisoras radiales en el país.

Sin embargo, el mundo digital es el que realmente ha marcado un cambio importante dentro del mundo radial, pues nuevas formas de transmisión se dan con las nuevas tecnologías que día a día llegan a millones de hogares en el mundo entero.

El boom de las radios digitales empezó hace más de una década en Estados Unidos y Europa. Sin embargo, con el paso del tiempo y las mejoras en el servicio de Internet, la emisión digital se tomó rápidamente América Latina. En la actualidad, se estima que cerca de 500 radios digitales se emiten desde Ecuador. Las respuestas son variadas. Ricardo Espinel, propietario de Escenario Rock, cree que, a diferencia de la Frecuencia Modulada, lo virtual permite a los oyentes ampliar su espectro musical y sintonizar solamente lo que tienen ganas de oír.²

² Más información en <https://www.expreso.ec/guayaquil/lo-digital-el-futuro-de-la-radiodifusion-ecuatoriana-GC334976>

El uso de internet ha señalado cambios que van de prisa con el paso del tiempo, según Rivera y Ballesteros (2012), las emisiones de Internet están en la esquina de cada población latinoamericana. Aunque cada una de estas emisiones requiere de constante evolución pues se necesita de caminos, pisadas, esfuerzos. Las emisoras por Internet responden a arquitecturas, ubicuidad, multimedia, interactividad. Las experiencias de los cibermedios se ejecutan en espacios asincrónicos, innovadores, integradores, respetuosos, selectivos. La radio, esté donde esté, sigue siendo compañía.

1.6.La radio en Loja

La ubicación geográfica de Loja, al estar al extremo sur fronterizo del Ecuador ha sido motivo para que se dificulte la llegada de obras u otras instancias de este tipo y por ende el difícil acceso a formas de comunicación se convertía en una necesidad imperante desde inicios del siglo XXI. La lejanía de la ‘Ciudad cultural del país’ permitió a la radio tomar un lugar importante dentro de la ávida necesidad de comunicación.

Una de las primeras radios de Loja perteneció al Centro Cultural Independiente ubicado en la parroquia de San Sebastián en una casa particular, donde el público se aglomeraba para escuchar las noticias, esto ocurría por el año 1935. Para 1936, en la cafetería pública del Señor Daniel Baltasar Palacios fue instalado el artefacto radial para que los oyentes ávidos de noticias y programas musicales pudiesen escucharlos a través de las emisoras nacionales (...) En la planta baja de la casa del Señor Carlos Burneo los lojanos se reunían, para 1938, a escuchar noticias y música de la radio, siendo éstos equipos de mejor calidad que los anteriores. (Gallardo, 1985, p.76)

Este medio generador de movimiento de masas, sirvió de vínculo entre quienes deseaban dar sus primeros pasos dentro del periodismo en Loja y las personas ansiosas de conocer las noticias que se daban a nivel mundial, nacional y local.

1.6.1. Historia

La actividad radial en Loja, empezó con ímpetu dentro de la sociedad lojana, a partir del año 1940 en donde inicia su transmisión la radio La voz de Loja. Sonia Fernández, escritora lojana (1986) comenta que dicha radio al mando de Antonio Asemani, estaba ubicada en las inmediaciones del Colegio Bernardo Valdivieso, permitió escuchar a quienes estaban a pocos metros a la redonda, un listado especial de música selecta y poesía lojana. La radio Coro Santa Cecilia, sería quien continúe con la historia radial de Loja, en 1941, Virginia Rodríguez Witt, dirigía este medio que se encargaba de difundir actividades culturales que se desarrollaban en la Academia Santa Cecilia.

La Radio 28 de mayo, surgió en 1944, Radio ondas del Zamora, el 1 de enero de 1948, Radio Centinela del Sur, el 18 de Noviembre de 1956, Radio Nacional Progreso, el 20 de agosto de 1958, Radio 18 de noviembre, en 1960, Radio Ondas Lojanas, en 1963, Radio Luz y Vida, el 11 de Octubre del 1967, Radio Fantasía Estéreo, inaugurada en 1976, Radio Matovelle, Radio Matovelle nació en 1980, Radio Loja, fundada el 26 de noviembre de 1982, Radio La hechicera, adquirida en 1987, Radio Súper Láser, fundada el 17 de Junio de 1992 (Sinche, 2006, p.126)

Las radios lojanas siempre se han constituido como el medio de conexión más íntimo con las personas de esta parte del país, hasta hoy es sin lugar a dudas el medio más accesible y adaptado al estilo de vida, de ésta aún ciudad pequeña.

2. Discurso

Varias teorías empíricas inician con el concepto en sí del discurso, en donde se le asignan varios elementos según su estructura, sin embargo, el lenguaje como principal herramienta necesita modelos que expliquen cómo se comprende y cómo se usa el discurso en la comunicación.

Una vez determinado el tema de nuestro discurso y compilado el material a utilizarse como fuente teórica, debe elaborarse el discurso. Esta tarea comprende el desarrollo de tres pasos distintos, pero intrínsecamente ligadas entre sí, y que, en esencia, son las mismas etapas utilizadas en la labor literaria. Estas etapas a decir de los especialistas son: la invención, la Composición, la Elocución. (Albán, 2007, p.115)

Esta división básica del trabajo literario y retórico que son los discursos, proviene de los antiguos griegos y romanos y ha conservado su vigencia hasta nuestros días, manteniendo la estructura permanente de la composición de un discurso.

2.1. Concepto de discurso

Según sus elementos estructurales, el discurso podría definirse según su lingüística y según su pragmática, estas dos funcionalidades provocan en varios autores algo de confusión al tratar de definir al discurso como tal.

Maingueneau (1976), señala que todo enunciado que trate de persuadir o causar efecto sobre otro individuo podría considerarse que usa discurso. Dicha concepción se hace corta para quienes se encargan de definir al discurso como el enunciado considerado desde el punto de vista del mecanismo discursivo que lo condiciona, un estudio lingüístico de las condiciones de producción de ese texto, hará de él un discurso.

Es el conjunto de palabras ordenadas y estructuradas en torno a una idea con el fin de comunicar un mensaje o ideas a un determinado grupo humano. El discurso es el mensaje que transmite el orador cuando está en contacto con el público y puede ser disertado hasta de 04 maneras: Leído, memorizado, espontáneo y mixto. (Albán, 2007, p. 109)

Según Benveniste (1987), se podría decir que, a partir de los estudios sobre la enunciación, se propone que la lengua se convierte en discurso cuando un sujeto se apropia de ella y la pone en funcionamiento para influir en el otro.

2.2.Desarrollo de discurso

Varias modalidades determinan la construcción del discurso y la descodificación, el análisis de estas modalidades en el paso del tiempo y nuevas investigaciones han incidido para que el discurso como tal se desarrolle y avance.

El éxito del análisis del discurso como nueva disciplina que se cruza con muchas otras, que ya era notable en 1978, ha proseguido durante muchas décadas. Cada año se publican docenas de libros y cientos o quizás miles de artículos, que testimonian lo fructífero que resulta el enfoque analítico del discurso en las humanidades y en las ciencias sociales. (Van Dijk, 1996, p.147)

Cada vez con mayor frecuencia, las universidades ofrecen programas en análisis del discurso y en los simposios internacionales de varias disciplinas es ya común que se presente una sección especial dedicada a estudios del discurso.

2.2.1. Componentes del discurso

Tres partes bien definidas componen al discurso en cualquiera de los ámbitos en los que se desarrolle, cada una de estas partes contiene sus propias características y se complementan una a otra para lograr el sentido y el efecto que se requiere sobre un público.

Albán (2007), director de marketing, en Lima-Perú, sostiene las tres partes de un discurso que constan de: introducción que motiva la atención del público y que puede ser fraseológica, anecdótica, humorística, interrogativa y teatralizada. También está el desarrollo que es la parte central del discurso; y, la conclusión en donde se hace un breve resumen de lo tratado señalando los puntos más importantes, puede ser igualmente fraseológica, con vivas o hurras, por respuesta del público, por agradecimiento y mixta.

2.3.El discurso en los medios de comunicación

Los medios de comunicación sin duda alguna son los métodos más eficaces por los cuales el discurso ha tomado forma de acuerdo a las diferentes herramientas que estos poseen.

Lizcano (2007), en el V Congreso Latino de Comunicación Social, manifiesta que la importancia de los medios de comunicación es vital para tener una identidad marcada al referirnos al público por medio de un discurso, producto de ello nacen los diferentes grupos y movimientos sociales. Cada elemento existente dentro de un discurso y su estructura como tal manifiesta una producción clara de mensajes que muestran un rostro posible, una historia viable. (...) Las diferentes formas de expresión dentro de la comunicación como medio de justicia social seguirán representando una de las formas más eficaces de ejercer la protesta y la contra información hasta ahora, sin una supervisión y persecución por parte del estado, pueden contemplarse como verdaderos actos criminales.

El activismo político es el que más se ha beneficiado de la experiencia de un discurso en los medios de comunicación, a través de la televisión, radio, prensa y redes sociales representa una oportunidad generadora y cohesionadora de identidad altamente creativa y en permanente transformación y que evidencia además un claro esquema organizativo.

2.3.1. El discurso en la televisión

La televisión como medio de comunicación, tiene la capacidad de utilizar al discurso como un recurso seductor para los espectadores siendo un atributo único pues no solo se utiliza el

habla como tal sino el mostrar imágenes y sonidos que conjugan un producto lleno de satisfacciones y efectos para los públicos.

Este medio de comunicación audiovisual tiene una portentosa capacidad para ofrecer a sus espectadores un lenguaje seductor que cuenta un mundo imaginario y virtual, con cada vez menos anclajes en el entorno cotidiano que absorbe gran parte de nuestra vida, ofreciéndonos un universo de ficción, no exento de pensamientos ideológicos, tramas manipuladoras y modelos de vida subliminalmente presentados, que si para los adultos es difícilmente reconocible y asimilable mucho más para las poblaciones infantiles.(Pérez, 2005, p.198)

El discurso televisivo por lo general es fragmentado, y se debe realizar en base a los parámetros que exige el estar en televisión, con las características propias de una producción coherente al medio por ser de difusión visual y de sonido.

2.3.2. El discurso en la radio

El discurso radiofónico tiene unas características especiales, fruto de las características narrativas que exige el soporte y de la naturaleza de los elementos con los que se trabaja. En la radio existen dos estilos que necesariamente obligan a diferenciar entre la narración improvisada y la narración que corresponde a la lectura o interpretación de un texto.

Cada variante representa una situación comunicativa diferente, se rige por unas normas específicas, tiene una modalidad expresiva propia y tolera un margen creativo distinto. Los niveles de exigencia y las reglas son muy diferentes en cada caso. No todas las intervenciones radiofónicas están sometidas a un control previo. (Soengas, s/f, p.2)

A pesar de ello se puede decir que en la radio tiene una presencia importante la improvisación, tanto la natural como la preparada, la mayoría de veces se adquiere más esta vía por ser de mejor manejo tanto para el comunicador como para los oyentes.

3. Géneros y formatos en radio

Merayo (1992), manifiesta que los géneros son cada uno de los modos de armonizar los distintos elementos del mensaje radiofónico de forma que la estructura resultante pueda ser reconocida como pertenencia a una modalidad característica de la creación y difusión radiofónica. Por su parte Hayen (2004), indica que los géneros son una estrategia comunicativa adaptada a las leyes de traducción del canal radiofónico y que da por resultado mensajes de distinto tipo.

Cebrián (1992), define a los géneros de radio como un conjunto de procedimientos combinado de reglas de juego previamente establecidas, reconocidas y desarrolladas reiteradamente durante un tiempo por varios autores. Mientras que Hortelano (2008) comenta que los géneros radiofónicos son categorías de programas que se fundamentan en un acuerdo implícito entre emisores y receptores conforme a un conjunto de reglas de producción institucionalizadas y reconocibles.

Bezunartea (1994), ve a los géneros como un principio de orden que facilita el trabajo en común, procura la homogeneidad el tratamiento y agiliza la tarea de elaboración de los productores y de comprensión de los receptores de los mensajes.

3.1.1. La noticia

La noticia es el formato radial tradicional en donde se presenta la información radiofónica, por medio de boletines informativos e informativos principales. Soengas (2003) manifiesta que el arranque o encabezamiento de la noticia está compuesto por los principales elementos que

hacen el hecho noticiable, especialmente el sujeto de la información, el Quién y el Qué. En el cuerpo de la noticia se introducen los elementos secundarios, como el Cuándo, el Dónde y el Por qué, cuando sea posible, junto a las redundancias que es necesario introducir para facilitar la decodificación y adaptar los contenidos informativos al medio radiofónico.

En la radio la noticia se enriquece debido a los diferentes productos de audio que se dan como cortes de voz que en su mayoría provienen de quienes protagonizan todo lo que tiene que ver con la noticia en sí.

3.1.2. Entrevista

Es el género radial en donde la fuerza de sus testimonios reside la información, por medio de ella se fundamenta con conocimientos y diferencia de criterios un tema en específico llenándose de credibilidad.

Toda entrevista debe tener una preparación previa que pasa por distintas fases de planificación, eligiendo al entrevistado, dando un objetivo a la entrevista, documentarnos sobre el entrevistado y los temas a tratar, definiendo un cuestionario previo y la estrategia narrativa y comunicativa y en lo posible teniendo una entrevista previa con el personaje. (Ramón y Yaguana, 2013, p.131)

En un medio radial la entrevista se la compara como a una foto en un medio impreso pues por medio de ella se obtiene un plus o valor significativo, los testimonios llegan a ser la prueba explícita de un hecho noticioso.

3.1.3. Editorial

Un pequeño espacio introducido dentro de una programación regular noticiosa, manejado principalmente por una misma voz locutora y que representa institucionalmente a la radio en donde es transmitida la programación.

La radio expone sus propias ideas y opiniones a través de la nota editorial. El editorialista es un formador de la opinión pública, mediante la búsqueda de la verdad, en uso de su propia subjetividad que es, por lo general, la línea conductora de la ideología de la radio. Tiene un estilo de monólogo e incluso de charla radial, por lo que no puede exceder el espacio que es de cinco minutos. (Cardoso, 2009, p.205)

En los espacios editoriales se puede sugerir un punto de vista propio, desde diferentes perspectivas pues las referencias son infinitas. El sentido de la palabra en radio motiva al radioescucha a explicar sus ideas, tomando en cuenta lo dicho por el locutor.

3.1.4. Crónica

Es un modelo de representación de la realidad en el que el profesional de forma monológica en calidad de testigo describe y narra los hechos o acciones en su contexto desde una perspectiva individual y utilizando los recursos de producción y realización característicos de la radio.

La crónica precisa de un autor o testigo de los hechos que los narra en primera persona con un propósito informativo. Un cronista debe dar cuenta necesariamente de los hechos, de forma que siempre exista una referencia a la realidad sin que sea posible elaborar una crónica ahí donde no haya noticia.

Según Ramón (2013), precisa que la crónica tiene un cronista como testigo de los hechos, una función informativa y la perspectiva personal del autor que presencié los hechos. Y precisamente dentro de su rama informativa se basa en hechos especializados como política, tribunales, sociedad, guerra, deportes, etc.

3.1.4.1. Crónica Deportiva

La información que se genera en base a la gama deportiva ha permitido establecer un espacio importante dentro de los medios de comunicación y la audiencia. Naveja (2005), establece a la crónica deportiva como un género deportivo el cual se apropia de lo informativo y de la opinión ya que establece su lenguaje entre lo periodístico y lo literario.

La crónica deportiva es un subgénero que tiene como principal atractivo su viveza y en ella se informa, interpreta e incluso opina, pero todo ello sobre el terreno (...) la opinión es solo una especie de efecto colateral derivado de ese carácter propio que lo lleva a hablar de todo y a enjuiciarlo todo sobre la marcha, normalmente sin profundizar. (Paniagua, 2003, p. 130)

La información deportiva es una modalidad que, por su temática, históricamente ha estado ligado al género y este se expresa de manera genuina. Es un tema que se acomoda con facilidad a la crónica debido a las características propias de lo que se relata.

4. Periodismo Deportivo

El periodismo deportivo destaca como un género informativo con gran impacto social por la generalidad del tema en sí y su gran situación internacional. Esta área informativa actualmente cruza por un momento de expansión en los diferentes medios de comunicación especializados y con ello también una constante transformación en su organización.

Este campo periodístico ha llegado a instaurarse como un espacio innovador y dinámico, caracterizado por su continua exploración de nuevas formas de contar momentos, eventos e historias.

Alcoba (1993), sostiene que los primeros indicios claros de cómo se originó el periodismo deportivo como tal, se dan con la aparición de la revista *Bell' Live* de 1822 y posteriormente por '*Sportman*' de 1852. Luego de ello, en los primeros Juegos Olímpicos de la era moderna celebrados en Atenas en 1896, entre los setenta mil espectadores, testigos de las competiciones, se encontraban los corresponsales del diario parisino *Le Figaro* y el londinense *The Times*, empezándose a publicar ya las primeras crónicas sobre deportistas y resultados. Los Juegos Olímpicos de Londres de 1908, también marcaron un hito de la prensa deportiva, representado por el telégrafo y el *Daily Mail* y los de Estocolmo 1912, con los primeros envíos fotográficos.

“Cuando los medios observaron el verdadero potencial económico de este tipo de información, se produjo una verdadera eclosión y magnificación en todos los medios, tanto escritos como audiovisuales y radiofónicos, y se crearon las primeras agencias deportivas de noticias”. (Gómez, 2012, p.45).

Hubo países en donde se marcó un fuerte vínculo entre el periodismo y el deporte. En España es el éxito de la selección española en los Juegos Olímpicos de Amberes de 1920 la que impulsa el despegue de la incorporación del contenido deportivo en los periódicos.

En Argentina, a inicios del siglo XX el fútbol no fue el exclusivo protagonista, si bien sirvió como su columna vertebral. También el boxeo y el automovilismo fueron actores centrales. Y es imposible dejar afuera a otras disciplinas, como: el básquetbol, el rugby, el tenis y el golf. Con los éxitos de sus mejores exponentes, todas se ganaron su espacio en la prensa, la radio y la televisión, y contribuyeron a construir una identidad argentina. En una Nación que se estaba conformando como tal, el deporte permitió establecer un “espacio nacional” de competencia real, movilidad social y unificación territorial y simbólica. Y el periodismo jugó un papel crucial en esa construcción, sobre todo en la década del veinte, cuando se consolidó el fútbol como espectáculo deportivo. (López y López, s/f, p.15)

Para Alcoba (2005), el florecimiento de este tipo de periodismo especializado se fundamenta en gran medida en el hecho de que los profesionales de estos medios informan 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.

4.1.Periodismo deportivo en la actualidad

Las últimas tendencias en periodismo deportivo, están llamadas a mostrar el camino para los años venideros, para que este periodismo especializado ponga al consumo deportivo en primera línea.

Diversificado entre la prensa escrita, sea en pantalla con publicaciones *on-line*, *blogs*, *wikis* y redes sociales o en papel con los diferentes tipos de impresión; la radio y su vertiente en cuadrantes o a través de la *www*; la televisión en su versión abierta o de paga; y en las nacientes formas *Peer-to-peer* de transmisión de video a través de Internet, el periodismo deportivo y su demanda no para de aumentar.

Actualmente, el avance de la comunicación digital permite que cada vez más gente tenga acceso a los eventos mundiales de manera instantánea, que los aficionados posean mejor información y que por lo tanto tengan una opinión más construida sobre el deporte y sus componentes. Una perspectiva que responde a las exigencias de los medios locales como para sus equipos y atletas.

La información deportiva prepondera sobre el alcance comercial, cultural y social que posee como tal, pero también alerta sobre la exigencia de profesionales más preparados y conscientes de su trascendencia.

5. Periodismo deportivo radial en el Ecuador

El periodismo deportivo se consolidó a la par de desarrollo radial en el Ecuador, las primeras prácticas periodísticas se inician de manera empírica y los protagonistas de la información deportiva en primera instancia se los traía desde países como Argentina o Brasil. El interés que tuvo la sociedad por satisfacer sus ansias de conocimiento deportivo se da desde 1940, aunque refiriéndonos a la disciplina del fútbol el trabajo periodístico empezó en el mundial de Uruguay 1930.

El 25 de diciembre de 1931 Quito tiene la primera señal de radio, HCJB la Voz de los Andes. Hugo Delgado Cepeda confirma que la primera transmisión deportiva fue VI campeonato Suramericano de natación disputado en Lima en 1938, para el que se enlazaron Ondas del Pacífico y Radio El Telégrafo, matizando la cadena Ecuador Radio HC2JSB y se obtuvo un espectacular proeza con los llamados cuatro mosqueteros Alcívar, Planas y los hermanos Gilbert, quienes alcanzaron medallas de oro en la capital peruana, con la emocionada lectura de boletines de Felipe y Francisco Huerta Rendón, acompañados por la voz comercial de Calicho González.(Carrión, 2006, p,68)

De esta manera inicia el proceso de comunicación deportiva en el país. Martínez Collazo, es uno de los primeros radio apasionados por el periodismo deportivo, laboró cerca de sesenta años en el mundo de la radio, participó como narrador en la primera transmisión desde otro país al cubrir el Sudamericano de Fútbol de Lima en 1953.

De esta forma los años cincuenta en el Ecuador consolidaron el periodismo deportivo como tal y con las bases necesarias en la comunicación en el país, pues empieza a enriquecerse en varios estilos periodísticos dentro de los medios. Es importante recalcar el camino de los narradores deportivos y el inicio de una escuela de narración, especializada por la información, pero también por la polaridad de sectores tanto quiteños como guayaquileños. Estos actores pasaron de narrar en radio a televisión, hasta nuestros días los personajes cumplen su ejercicio periodístico.

5.1. Periodismo deportivo radial ecuatoriano en la actualidad

Molina (2009), señala que en el Ecuador el deporte y su alcance dentro de los medios de comunicación han logrado una participación activa de varias empresas públicas y privadas, especialmente dentro del mundo del fútbol que asegura cierta posición social y que genera hoy en día ingresos económicos importantes.

Agrega también que con ese indicio ya están establecidos varios organismos deportivos especializados como los clubes y las federaciones, que juegan un papel muy importante en establecer las reglas de juego y en promover el desarrollo de las actividades deportivas. Por lo tanto, es razonable considerar el deporte como el pilar de la construcción social en la actualidad pues la información deportiva consigue un papel que no se puede ignorar.

6. Periodismo deportivo radial en Loja

El periodismo deportivo radial en Loja es una de las ramas de este oficio que sin lugar a dudas tiene un lugar importante dentro de la información deportiva local. La línea del tiempo señala que en los primeros años en donde se empezó a dar las primeras manifestaciones de periodismo deportivo radial como tal, se hizo de manera entusiasta. La carrera de Comunicación Social aun no existía en Loja, lo que daba lugar en ese entonces a que se realice el oficio de manera empírica y apasionante por medio de amplitud modulada (AM).

El Lic. Ojeda en su borrador del libro “La historia de la Radio Lojana” cuenta que el primer relator deportivo reconocido en Loja fue el extinto señor Juanito Cueva Serrano que por medio de la tecnología de Onda corta de Radio Ondas del Zamora que funcionaba en la 24 de mayo

y Mercadillo, llevaba la línea de audio por medio de un alambre galvanizado como transmisor que llevaba la señal de audio que cubría un radio de 200 a 300 metros o medio kilómetro, pero que ya permitía irradiar la señal para la ciudad. Los años pasaron y se inicia ya de manera oficial el periodismo deportivo como tal.³

Según Ojeda luego asomaron algunos periodistas deportivos, una anécdota muy curiosa dentro de esta labor fue en 1955 cuando llegó de Quito Arturo Cowan Gil quien al notar que no existía mucha actividad deportiva en Loja, inventó un encuentro de fútbol y empezó a narrar y transmitir el mismo por medio de un medio radial, sus palabras se escuchaban tan convincentes que la gente se volcó en ese momento al estadio para ver el supuesto partido, fue tanta la conmoción que tuvo que pedir disculpas y aclarar que él se encontraba en la cabina radial y que el encuentro deportivo no era cierto.

En los partidos de fútbol que se daban en aquel tiempo los campeonatos que se daban entre los diferentes equipos que existían en ese entonces como Guante Rojo, América, España, Liga Bernardina, Deportivo Loja, Liga Deportiva Universitaria Amateur permitieron la aparición de personajes importantes dentro del periodismo deportivo local, uno de ellos el señor Roosevelt Barrazueta, quien empieza como locutor de manera curiosa, pues su papá conocido como “El Porteño”, tenía un kiosco en el portal principal de calle Bolívar y 10 de agosto, notando la afluencia de personas que se daban cita al parque central luego de la misa dominical, inventan una especie de tablero tipo churo con clavos que hacían las veces de obstáculos, y ponen a competir a varias canicas pintadas de diferentes colores y números, es ahí donde Barrazueta hacía su papel de narrador al estilo de un rally. Su narración era tan buena, que no pasó mucho tiempo para que sea tomado en cuenta en diferentes radios de la ciudad para que trabaje en sus

³ Entrevista personal realizada al Lic. Víctor Ojeda Feijoo el 6 de diciembre del 2017.

transmisiones deportivas. Su primera oportunidad fue en 1964 cuando la radio Centinela del Sur al mando de José Coronel Illescas tuvo la iniciativa de llamar a un concurso para aspirar el puesto de locutor deportivo, cita a la que acudieron muchos jóvenes de la época, entre esos jóvenes estaba Roosevelt fue ahí cuando pudo nacer como el primer radiofusor deportivo de Loja y tuvo la oportunidad de crecer en este ámbito junto a los maestros Ecuador Martínez y Jacinto Landázuri, quienes indujeron en él, el hacer relato deportivo, en donde siempre ha sabido llevar la locución de manera técnica y precisa.

“A Ecuador Martínez la gente lo escuchaba desde su casa, cuando la televisión apareció, la gente empezó a ver que lo que él decía no era exactamente lo que pasaba. Lo obligó a decir a la hora exacta lo que pasaba en un hecho deportivo en la cancha de fútbol por ejemplo”.⁴

“Empezó como relator de fútbol en radios como Centinela del Sur, luego a transmitir con Radio Sucre un campeonato internacional, llegó a Radio Ondas del Zamora Radio Progreso, todo esto antes de la era de las radios de Frecuencia Modulada (FM)”⁵

Los años pasaron y se dio un avance importante y oficial dentro del periodismo deportivo lojano, un mes de septiembre de 1970 un grupo de gente a la que le gustaba el deporte e iban al estadio para transmitir los encuentros de ese entonces fundaron el Círculo de Periodistas Deportivos de Loja, personajes como Jorge Paredes, David Moncayo, Luis Moncayo, Carlos Garrido, Gonzalo Sotomayor, Luis Reátegui que siendo fotógrafo se prestaba también para el tema de comentarista, entre otros dieron inicio a lo que se sería y es hoy en día el principal ente organizativo de quienes cumplen la labor periodístico deportiva del Sur del Ecuador.

⁴ Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=cVxNNGH3EHw>. (Roosevelth Barraqueta, entrevista UTPL, 2012)

⁵ Entrevista personal realizada al Lic. Víctor Ojeda Feijoo el 6 de diciembre del 2017.

Gonzalo Ojeda y Víctor Ojeda son otros radiofusores deportivos en Loja, que marcan un vínculo especial con la historia del periodismo deportivo local. Gonzalo desde 1978 comienza a locutar, y relatar el fútbol desde una radio en Cuenca, fue en los juegos Nacionales de aquel año en los que pudo atreverse a narrar el partido entre Imbabura vs Cotopaxi. Además, ha tenido el privilegio de ser el primer periodista lojano en un mundial de fútbol de 1994, y obtener dos acreditaciones para Copa América. “Uno debe ser más objetivo que nunca, porque el público también sigue las incidencias de un encuentro deportivo y sobretodo tener un léxico variado”, Gonzalo Ojeda.

Dentro de toda esta historia existen dos demarcaciones puntuales dentro de la evolución del periodismo deportivo radial en Loja. La primera con clubes amateur como cuando periodistas locales acompañaron al Club Borussia “Diablos Rojos” a un campeonato nacional en donde quedaron campeones y luego cuando se inicia la participación de Loja en campeonatos nacionales ya de manera profesional.

La participación de Liga Deportiva Universitaria de Loja en la serie A del Campeonato ecuatoriano de fútbol también fue otra de las demarcaciones dentro de la narración deportiva pues nuevas generaciones empezaron a introducirse dentro del mundo del relato deportivo, la gente quería viajar a cada uno de los encuentros de Liga e incursionarse en este mundo, se hacía necesario entonces el ser conocedor de este oficio que para muchos es un arte pero que para muchos radioescuchas aun no todos pueden realizar.

6.1.Periodismo deportivo radial de Loja en la actualidad

La llegada del internet y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han supuesto un antes y un después en la sociedad. No hay información o suceso deportivo que no

se conozca en cuestión de minutos gracias a la red, esa red que los ata, que acerca a las audiencias entre sí y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante.

En Loja, este cambio ha supuesto una innovación fortuita en el mundo radial deportivo, las redes sociales, son el punto clave para quienes desean ser los primeros en ofrecer información a los radioescuchas de la nueva era. Esto hace suponer que todos pueden volverse expertos de todo tipo de deporte.

Aunque no necesariamente es así del todo, pues Loja aún se constituye en una ciudad tradicionalista, basta con subir a un taxi y cerciorarse de que el chofer escucha un partido de fútbol, por medio de su estación de radio favorita con la voz de su tradicional locutor deportivo favorito. El estilo de vida de la ciudad hace entender que no todas las personas están encajadas en el mundo de la tecnología.

El reto más importante que tiene el periodista deportivo de Loja en esta época, está en profesionalizarse, evolucionar y actualizarse, en todos los sentidos; pues es el vínculo del progreso común entre los medios locales y el deporte. Para que el deporte lojano crezca urge desplegar un periodismo de calidad alrededor de él, ya no basta solamente con narrar y transmitir lo que se está viendo en un evento deportivo, el comentario debe ser más crítico e interpretativo, anexar, entender y adentrarse en los distintos procesos que rodean al deporte, clasificarlo, evitar la información tergiversada y no subestimar en ningún momento al radioescucha, es decir, mostrar la información completa de dicho suceso tomando en cuenta la opinión pública y crear una mayor credibilidad en el medio.

Muchos piensan que el periodismo deportivo local debe realizar estudios especializados en torno al deporte, pues se conforma solo con conocer al actor principal, el deportista de forma superficial y no se adentra a todas las áreas que lo entrelazan al mismo, como la administración, el liderazgo, el marketing para poder mostrar a los oyentes, las causas del fracaso o el éxito. Conocer y entender el “cómo” y “porqué” de todo lo que conforma el mundo deportivo.

6.2.Principales elementos radiofónicos deportivos

Para conseguir que la mente de los periodistas deportivos radiales represente lo que está pasando en un encuentro deportivo, de la forma más realista posible, se necesita de cuatro elementos base: la palabra, los ruidos, (en forma de efectos sonoros o como ambiente), la música, y el silencio.

La locución, ha ido adquiriendo una serie de características que convierten a las retransmisiones deportivas en un género radiofónico propio, con características diferentes al resto de géneros. Los narradores deportivos han ido desarrollando una serie de propiedades en su nivel de dicción dentro de las retransmisiones que han derivado en que la locución empleada posea unos atributos especiales, que resultan muy atractivos para el receptor.

El dilucidar cuáles son las particularidades de las locuciones deportivas se ha realizado a través del análisis de fragmentos extraídos de diferentes retransmisiones deportivas radiofónicas. A partir de ellos, y tomando como base al narrador principal de la prueba deportiva, se han analizado los elementos sonoros en ellos implícitos como Intensidad, tono y timbre, Velocidad de dicción y ritmo, Estado emocional, Pausas y silencios, acento y utilización de palabras clave, la pronunciación, que debe estar definida por la “corrección, claridad,

fluidez, naturalidad y seguridad. “A pesar de que el narrador realice una pronunciación correcta de todas las palabras, si éste tiene una velocidad de dicción elevada, al oyente le puede resultar complicado comprender el mensaje o el significado”. (Romero, 2005, p.67)

6.2.1. Lenguaje radial deportivo

El periodismo deportivo se comporta como un agente extraordinario para la experimentación y en la evolución del idioma. El lenguaje del deporte empleado en los medios de comunicación hace tiempo que entró a formar parte de la lengua común trascendiendo incluso a otros campos como la política o la economía y, a medida que el uso de su terminología se fue extendiendo entre la población, los diccionarios empezaron a fijarse en la amplitud y la singularidad de esta área informativa, que no deja de aportar palabras, significados y giros nuevos.

El idioma español crece a pasos agigantados por el lado deportivo, sobre todo a la creatividad, el dinamismo y el afán innovador de este tipo de periodismo. González (2011) señala que el lenguaje del deporte también está considerado como un campo de conflicto idiomático. Así, a menudo se señala el periodismo deportivo por la poca variedad del vocabulario que emplea, por la comisión habitual de errores gramaticales y de impropiedades léxicas, por la apelación reiterada a tópicos y frases gastadas como recurso para la elaboración de sus mensajes, por la incorporación constante de las formas más coloquiales del idioma, que en ocasiones degeneran en palabras indecorosas o malsonantes, o por el abuso de extranjerismos.

6.2.1.1.**La objetividad.** _ La objetividad de la información es una exigencia moral de honestidad intelectual en la tarea profesional de los periodistas.

6.2.1.2.**Principios deontológicos.** _ Aumenta el prestigio de la profesión y la confianza de la ciudadanía en los periodistas, por su compromiso de trabajar de acuerdo a principios morales, y siempre al servicio de la sociedad.

6.2.1.3.**Principios éticos.** _ Respetar y seguir los valores de su oficio.

6.2.1.4.**El mensaje.** _ Tiene que ver, con las particularidades de los medios, para no extender el discurso informativo con normas ajenas a la neutralidad.

6.2.1.5.**Proximidad.** _ Cuanto más cerca está el hecho, más nos afecta y, por el mismo motivo, más nos interesa.

6.2.1.6.**Comprensión.** _ Informarse para conocer, conocer para comprender, comprender para tomar mejores decisiones y actuar.

6.2.1.7.**Fuentes informativas.** _ Cualquier entidad, persona, hecho o documento que provee de información al periodista para que éste tenga elementos suficientes para elaborar una noticia o cualquier otro género informativo

6.2.1.8.**Primicias y comunicados.** _ Expresar que un medio concreto ha sido el primero en dar a conocer una noticia de manera correcta.

6.2.1.9.**Redacción y estilo.** _ Conjunto de características o cualidades que diferencian y distinguen una forma de escribir de otra. El estilo es el sentido vital, la personalidad transferida al desarrollo oral o escrito de un tema.

6.2.1.10. **Actualidad.** _ Lo que ocurre día a día, aparte de un esfuerzo de objetividad, un sentido permanente de actualidad.

6.2.2. Normas Prácticas de Uso del Lenguaje radiofónico

6.2.2.1.**Verbos.** _ Expresar acciones, procesos o estados, que morfológicamente presenta variaciones de número, persona, tiempo y modo.

6.2.2.2. **Adjetivos.** _ Referirse a una cualidad

6.2.2.3. **Adverbios.** _ Consiste en modificar o complementar la significación del verbo, de un adjetivo, de otro adverbio o, incluso, de un sustantivo o de una frase completa.

6.2.2.4. **Pronombres.** _ Suplir o determinar al nombre, o pueden funcionar como adjetivo y adverbio, dentro de un enunciado.

6.2.2.5. **Puntuación.** _ Puntuar un texto con corrección.

6.2.2.6. **Retransmisiones.** _

Transmitir de nuevo un programa desde un medio de comunicación.

6.2.2.6.1. **Pobreza de vocabulario.** _ La repetición de palabras es válida cuando persigue dar una sensación de énfasis o persigue un efecto estético.

6.2.2.6.2. **Uso indebido de preposiciones.** _ No relacionar los distintos elementos de una oración.

6.2.2.6.3. **Abuso de adjetivos y adverbios.** _ Buscar traspasar sensaciones y experiencias al lector más que detalles.

6.2.2.6.4. **Uso indebido del gerundio.** _ Crear variadas formas sintácticas que deben evitarse.

6.2.2.6.5. **Laísmo, leísmo y loísmo.** _ Tener en cuenta, en primer lugar, la función sintáctica que desempeña el pronombre y, en segundo lugar, el género y el número gramatical de la palabra a la que se refiere.

6.2.2.6.6. **Queísmo.** _ La omisión de una preposición, sobre todo de, cuando precede a que en oraciones subordinadas.

6.2.2.6.7. **Parafraseo.** _ Decir con palabras más sencillas y con menos tecnicismos, las ideas propias obtenidas de un texto predeterminado.

6.2.2.6.8. **Abuso de expresiones.** _ Añadir palabras redundantes.

- 6.2.2.6.9. **Uso de barbarismos.**_ Palabras mal empleadas, distorsionadas o frases sin sentido, que se encuentran en el uso común.
- 6.2.2.6.10. **Errores de concepto.**_ Aplicar procedimientos, esquemas, algoritmos o reglas que no pueden aplicarse a un problema concreto por no cumplirse las condiciones necesarias mínimas bajo las cuales los procedimientos aplicados conducen a una respuesta con sentido.
- 6.2.2.7. **Errores de actitud.**_ Lenguajes sexistas, racistas o de otra índole de discriminación.
- 6.2.2.7.1. **Yoísmo.**_ La relación entre el yo y el otro, siempre se va presentar en todo lugar donde exista más de un ser humano, se presentará más aún en todo lo que se involucra en el mundo del fútbol, ya que el contacto entre los medios y los hinchas es mucho más directo porque es la base de toda la importancia que se le puede dar en gran porcentaje a un partido de fútbol.
- 6.2.2.7.2. **Engolamiento.**_ Afectación en el habla o en la actitud.
- 6.2.2.7.3. **Retórica gratuita.**_ Hablar o escribir de forma elegante y con corrección con el fin de deleitar, conmover o persuadir, muy utilizado en el periodismo deportivo.
- 6.2.2.7.4. **Tono monocorde.**_ Monótono o no tiene variación, la narración deportiva puede escucharse de forma aburrida.
- 6.2.2.7.5. **Énfasis excesivo.**_ Estado en que recibe algo demasiado estrés o atención.
- 6.2.2.7.6. **Tuteo o familiaridad excesiva.**_ Indica más confianza y menos formalidad que el tratamiento de 'usted'.
- 6.2.2.7.7. **Aseveraciones y exclamaciones.**_ Afirmando con convencimiento y exagerarlo.

6.2.2.7.8. **Alardeo** **en** **el**
saludo: Ostentar o exhibir vanidosamente de una cualidad o una
circunstancia.

6.3. Análisis de la audiencia radial deportiva en Loja

Para hablar de Loja y su gente se requiere de conocer su historia modo de vida y cultura, esto define en primera instancia el tipo de personas y el pensamiento ideológico bajo el que se sujetan en su diario vivir. En el plano periodístico es notorio el estilo con el que locutores de radio basan su trabajo, conocer el formato radiofónico en que se desarrolla en el mismo, la manera de comunicar noticias y desde qué perspectiva se difunde la información deportiva.

Contiene un acercamiento teórico sobre la comunicación local, su clasificación y teorías que la sustentan. Los formatos radiofónicos, que se dan en los medios radiales de Loja han logrado establecer una audiencia fiel al diario vivir comunicacional. Sin embargo, este papel previene un marco de responsabilidad al dar información, en el ámbito deportivo en Loja se puede decir que las personas dicen sienten y piensan según lo que diga el locutor de radio que más sintonicen, provocando reacciones no esperadas para los protagonistas del deporte, en este caso el fútbol. La interacción con la audiencia es vital para un programa de radio deportivo local.

f. METODOLOGÍA

En el presente proyecto de investigación utilizaremos en primera instancia el método científico entendido en el contexto del presente documento como el que nos permitirá determinar a través de la sustentación directa de información, la validez con la que se trabajará dentro del tiempo a investigar.

El método analítico que nos da una tendencia a reconstruir un todo mediante el análisis de cada uno de los elementos que estructuran un programa deportivo radial principalmente en base al discurso utilizado por sus locutores, tomando en cuenta que el análisis del discurso ya es considerado parte de uno de los métodos de investigación.

Ya utilizando el método analítico en sí, nos adentraremos a una perspectiva específica sobre la construcción y el procesamiento del discurso utilizado por los periodistas radiales lojanos al momento de informar y que lo podemos ubicar dentro del método cualitativo en donde podremos puntualizar el uso de herramientas lingüísticas y paralingüísticas en el lenguaje utilizado por los mismos.

El análisis del discurso periodístico deportivo radial en Loja que realizaremos durante el período enero 2017 a marzo 2018, nos permitirá adentrarnos en el sistema de los primeros años de periodismo radial que se realizaba de forma empírica, hasta la actualidad en donde ya se exige un nivel de formación profesional alto para la información que se quiere difundir, por medio de encuestas el método cuantitativo será el que nos permita determinar cuántos profesionales de la comunicación deportiva local poseen el perfil profesional adecuado para desarrollar su labor.

En el presente proyecto extenderemos también el alcance de la semántica frente al texto y contexto con el que se desarrolla una información radial, pues una cosa es explicar lo que aparece en un texto o predecir lo que puede aparecer y otra muy diferente es analizar el texto como el producto dinámico de un juego deportivo en el que los periodistas despliegan estrategias discursivas, explotan el significado implícito de las proposiciones de sus expresiones y en el que los oyentes deben apelar a ciertos conocimientos enciclopédicos para comprender el sentido y la intención de dichos enunciados, para así evaluar los efectos de ello en los aficionados al momento de informarse por medio de sus programaciones o transmisiones.

El tema de la presente investigación nos permitirá en sí, relacionar la complejidad semiótica del discurso con las condiciones objetivas y subjetivas de producción, circulación y consumo de los mensajes en el mundo periodístico deportivo radial en Loja, para así establecer el nivel de parcialidad o imparcialidad de los periodistas deportivos radiales al momento de informar o transmitir un encuentro deportivo.

Este aparato puede incluir nociones relativas a los modelos mentales, la identidad, los roles, la armonía, las estrategias retóricas, las variedades dialectales y estilísticas, los formatos textuales, los géneros discursivos, la parcialidad o imparcialidad informativa, las ideologías, las relaciones de dominación, el nivel de formación del profesional. Descubriremos con ello si el uso de los espacios deportivos radiales se los utiliza también para competir o disputar con otros espacios deportivos en diferentes frecuencias de radio.

g. CRONOGRAMA

AÑO	2017		2018											
	Mes	Nov.	Dic.	Enero	Feb.	Marzo	Mayo	Junio	Julio	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
Recolección Bibliográfica	XX													
Investigación de Campo	XX	XX	XX											
Entrevistas-Encuestas	XX	XX	XX	XX										
Depuración						XX	XX							
Corrección de proyecto								XX	XX					
Levantamiento de proyecto										XX	XX			
Presentación Borrador												XX	XX	
Defensa-Sustentación														XX

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Recursos económicos:

- Adquisición de Bibliografía	50,00
- Transporte, materiales oficina, Internet	20,00
- Obtención de copias y anillados	20,00
- Encuadernado y empastado de tesis	50,00

TOTAL U.S. 140,00

Los gastos serán financiados por la aspirante y con recursos propios.

i. BIBLIOGRAFÍA

- Bernal, S. (2009). “Manual de capacitación para radio”. Proyecto UNESCO-ABCOP. Santa Cruz.
- Recuperado de https://toolteca.files.wordpress.com/2013/04/manual_de_radio.pdf
- Cardoso, M. (2009). “Historia de Radio”. Ediciones CIESPAL. Quito.
Recuperado de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=53704>
- Cortés, C. (2005). “La radio digital”. Revista CHASQUI. Quito.
Recuperado de <file:///C:/Users/hp/Downloads/REXTN-CH92.pdf>
- Galeano, E. (1995). “Fútbol, sol y sombras”. Editorial Catálogos. Montevideo.
- García, J. (1998). “El Mundo de la Radio”. Editorial QUIPUS. Quito.
Recuperado de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=43061>
- Kaplún, M. (1999). “Producción de Programas de Radio”. Editorial QUIPUS. Quito.
Recuperado de <http://sitio.amarcuguay.org/wp-content/uploads/2012/07/LFLACSO-A-Kaplun-PUBCOM.pdf>
- López, J.I. (2015). “Pasión por la Radio”. Editorial Artes Gráficas Silva. Quito.
Recuperado de <https://radialistas.net/wp-content/uploads/media/uploads/descargas/libro-pasion-por-la-radio-jose-ignacio-lopez-vigil.pdf>

- McLuhan, M. (1969). “La comprensión de los medios como extensiones del hombre”, Editorial Diana. México.

- Pérez, M. (2005). Revista Comunicar, Edición 25. Barcelona.

- Ramón, X. (2013). “La Radio un medio de evolución”. Editorial Comunicación Social UTPL. Loja.

- Rojas, J. (2013). “Periodismo deportivo. Hacia la innovación y el emprendimiento en la red”. Editorial Fragua. Madrid.

- Sayago, S. (2014). “El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales”. Editorial Cinta Moebio. Valparaíso.
Recuperado de <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/49/sayago.html>

- Van, T. (1996). “Las estructuras y funciones del discurso”. Editorial Siglo XXI. México.

OTROS ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ENCUESTA DIRIGIDA A PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA CIUDAD DE LOJA

Estimado periodista deportivo: Como estudiante de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, me dirijo a usted, con el afán de solicitarle comedidamente se sirva contestar las siguientes interrogantes planteadas en esta encuesta con el fin de investigar el tema “Análisis del discurso periodístico deportivo radial de la ciudad de Loja en los meses de enero 2018 hasta marzo 2018”.

Datos Generales: Sexo: F () M ()

Edad:.....Medio en el que labora:.....

Nombre del programa radial:.....

Horario de programación:.....

Nivel de estudios

() PRIMARIA

() SECUNDARIA

() SUPERIOR

Especialidad.....
.....

Seminarios, cursos o talleres relacionados al periodismo deportivo durante los dos últimos años

.....
.....
.....
.....
.....

Tiempo de experiencia dentro del periodismo deportivo

.....

¿Dentro de su labor periodística a que disciplinas deportivas está más inclinado o enfocado?

.....

¿La programación en la que labora ha sido transmitida a nivel local, nacional o internacional?
Especifique.

.....
.....

¿Presta servicios profesionales en otros medios de comunicación? Especifique ¿Cuáles?

.....
.....

¿Cómo maneja la relación de amistad que pueda tener con protagonistas del deporte (atletas, jugadores de futbol, dirigentes...) al momento de informar?

.....
.....
.....

¿Ha existido algún problema o inconveniente con algún protagonista deportivo deporte (atletas, jugadores de futbol, dirigentes...) luego de haber dado una declaración no acertada para ellos? Especifique.

.....
.....
.....
.....
.....

Profesionalmente a quién admira dentro de la labor del periodismo deportivo? Por qué?

.....
.....
.....

¿Cree usted que la remuneración que percibe mensualmente (sueldo, publicidades) dentro de la labor periodística deportiva es justa y de acuerdo a su perfil profesional? Argumente.

.....
.....
.....

¿Quiénes están al mando de los medios de comunicación radial al momento de vender su espacio le exigen un perfil profesional acorde a la labor periodística deportiva que usted realiza? Argumente.

.....
.....
.....

¿Profesionalmente, qué satisfacciones le ha dado el mundo del periodismo deportivo?

.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ÍNDICE

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	2
ABSTRACT	3
c. INTRODUCCIÓN	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA	6
Comunicación.....	6
Discurso.....	7
La Radio	12
Géneros y formatos en radio.....	19
La radio en el Ecuador	22
La radio en Loja	25
Periodismo Deportivo.....	26
e. MATERIALES Y MÉTODOS	40
f. RESULTADOS	42
g. DISCUSIÓN	63
h. CONCLUSIONES	66
i. RECOMENDACIONES	67
➤ PROPUESTA ALTERNATIVA	68
j. BIBLIOGRAFÍA	77

k. ANEXOS.....	79
a. TEMA.....	80
b. PROBLEMÁTICA.....	81
c. JUSTIFICACIÓN.....	84
d. OBJETIVOS.....	85
e. MARCO TEÓRICO.....	86
f. METODOLOGÍA.....	118
g. CRONOGRAMA.....	120
h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....	121
i. BIBLIOGRAFÍA.....	122
OTROS ANEXOS	124
ÍNDICE.....	126