



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E

INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

TEMA:

“ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN EL CANAL DE SEÑAL ABIERTA GUARANDA TV Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL PERÍODO JULIO-DICIEMBRE 2021.”

AUTOR(A):

JONATHAN ALEXANDER CHÁVEZ CASTILLO

DIRECTOR(A):

Lic. Kléber Renato Romero Quiroga, Mgs

PAR ACADÉMICO:

Lic. Jorge Renato Cabezas Ramos, Mgs

Lic. Marcelo Gustavo Barriga Tamay, Mgs

GUARANDA – ECUADOR

2022

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Análisis del tratamiento de la información deportiva en el canal de señal abierta Guaranda TV y su impacto en la opinión pública en el período julio-diciembre 2021.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por permitirme cumplir mis objetivos, a mis padres y hermanos por su apoyo incondicional en el recorrido de esta carrera universitaria y mi vida diaria, en especial a mí hermana Abigail Chávez, por su paciencia y entrega para ayudarme; a mis mejores amigos, Sahian Martínez y Xavier Poveda por su lealtad en los buenos y malos momentos de mi vida.

A los docentes de la carrera de Comunicación por los conocimientos impartidos a lo largo de mi etapa universitaria, y en especial al Mgs. Kléber Romero por ser mi mentor en el desarrollo de mi proyecto de investigación, como director, y, sobre todo por la confianza y amistad brindada; a mis pares académico: Mgs. Renato Cabezas y Mgs. Marcelo Barriga, por su paciencia, compromiso y predisposición para la elaboración del producto investigativo.

A todas las personas quienes estuvieron pendientes de mí durante mi proceso académico.
Muchas Gracias.

Jonathan Chávez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por darme las fuerzas y el conocimiento para salir adelante y finalizar con mi carrera universitaria; a mis padres Vinicio Chávez y Silvia Castillo, por sus enseñanzas, dedicación y apoyo incondicional en este largo camino; a mis hermanos Abigail Chávez y Anthony Chávez, por el impulso diario para salir adelante; a mi mejor amiga Sahian Martínez por ser mi soporte más importante y no permitir que me rindiera cuando ya me sentía derrotado; a mi mejor amigo Xavier Poveda por siempre estar presente cuando se lo necesitaba; a mis padrinos Luis Chávez y Amelia Andino, por su preocupación recurrente a lo largo de mi vida.

A mi familia que ha hecho llegar sus palabras de fortaleza para continuar en el camino correcto, y a mis amigos que siempre estuvieron pendientes de mí. Muchas gracias, sin el aliento de cada uno de ustedes nada de esto hubiese sido posible.

Jonathan Chávez

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO


CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. Kléber Romero e Mgs. Renato Cabezas, en su orden Director y Par Académico del Trabajo de Titulación “ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN EL CANAL DE SEÑAL ABIERTA GUARANDA TV Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL PERÍODO JULIO-DICIEMBRE 2021”, desarrollado por el señor JONATHAN ALEXANDER CHÁVEZ CASTILLO.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de **Comunicación**, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 06 del 12 del 2022



Mgs. Kléber Romero
Director




Mgs. Renato Cabezas
Par Académico

DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIZADA

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **JONATHAN ALEXANDER CHÁVEZ CASTILLO**, declaro que el trabajo de titulación denominado **“ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN EL CANAL DE SEÑAL ABIERTA GUARANDA TV Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL PERÍODO JULIO-DICIEMBRE 2021”**, es de mi autoría, este documento no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, que las referencias bibliográficas que se incluyen han sido consultadas con sus respectivos autores.

La Universidad Estatal de Bolívar puede hacer uso de los derechos de publicación correspondientes de este trabajo, según lo establecido por la Ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normativa institucional vigente.


JONATHAN ALEXANDER CHÁVEZ CASTILLO
C.I. 020249485-2



Se otorgó ante mi y en fe de ello
confiero ésta Primera..... copia
certificada, firmada y sellada en 2 FS
Guaranda, 08 de Diciembre del 2022


Dr. Hernán Criollo Arcos
NOTARIO SEGUNDO DEL CANTÓN GUARANDA

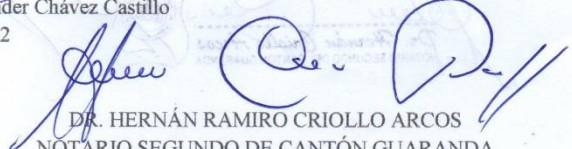
DECLARACIÓN JURAMENTADA

20220201002P01852 DECLARACION JURAMENTADA
 OTORGA: JONATHAN ALEXANDER CHÁVEZ CASTILLO
 CUANTIA: INDETERMINADA
 DI 2 COPIAS



En la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día jueves ocho de diciembre de dos mil veintidós, ante mí DOCTOR HERNÁN RAMIRO CRIOLLO ARCOS, NOTARIO SEGUNDO DE ESTE CANTÓN, comparece el señor Jonathan Alexander Chávez Castillo, por sus propios derechos. El compareciente es de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, de estado civil soltero, domiciliado en el barrio El Peñón, parroquia Veintimilla, cantón Guaranda, provincia Bolívar; con celular número: cero nueve seis dos seis uno siete dos dos siete, correo electrónico: jonachavez62@gmail.com; a quien de conocerlo doy fe en virtud de haberme exhibido su cédula de ciudadanía en base a la que procedo a obtener su certificado electrónico de datos de identidad ciudadana, del Registro Civil, mismo que agregó a esta escritura como documento habilitante; bien instruido por mí el Notario en el objeto y resultados de esta escritura de Declaración Juramentada que a celebrarla procede, libre y voluntariamente. - En efecto juramentado que fue en legal forma previa las advertencias de la gravedad del juramento, de las penas de perjurio y de la obligación que tiene de decir la verdad con claridad y exactitud, declara lo siguiente: "Que previo a la obtención del Título de Comunicación, en la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática, otorgado por la Universidad Estatal de Bolívar, manifiesto que los criterios e ideas emitidas en el presente proyecto de investigación, con el tema: "ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN EL CANAL DE SEÑAL ABIERTA GUARANDA TV Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL PERÍODO JULIO-DICIEMBRE 2021"; es de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autor, además autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso de todos los contenidos que me pertenece a parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Es todo cuanto tengo que decir en honor a la verdad". Hasta aquí la declaración juramentada que junto con los documentos anexos y habilitantes que se incorpora queda elevada a escritura pública con todo el valor legal, y que la compareciente acepta en todas y cada una de sus partes, para la celebración de la presente escritura se observaron los preceptos y requisitos previstos en la Ley Notarial; y, leída que le fue al compareciente por mí el Notario, se ratifica y firma conmigo en unidad de acto quedando incorporada en el Protocolo de esta Notaría, de todo cuanto DOY FE.


 Jonathan Alexander Chávez Castillo
 C.C. 0702494852


 DR. HERNÁN RAMIRO CRIOLLO ARCOS
 NOTARIO SEGUNDO DE CANTÓN GUARANDA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	2
AGRADECIMIENTO	3
DEDICATORIA.....	4
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO	5
DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIZADA	6
DECLARACIÓN JURAMENTADA	7
RESUMEN.....	17
ABSTRACT.....	18
CAPÍTULO I.....	19
INTRODUCCIÓN	19
ANTECEDENTES.....	21
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	24
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	26
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	26
JUSTIFICACIÓN	27
OBJETIVOS.....	29
Objetivo General.....	29
Objetivos Específicos.....	29
IDEA PARA DEFENDER	29

VARIABLES	29
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	30
CAPÍTULO II	32
MARCO TEÓRICO	32
La Comunicación	32
Comunicación e información	32
Comunicación como proceso de interacción social	33
Comunicación y cultura	33
Teorías de la Comunicación.....	34
Teoría Funcionalista.....	35
Teoría Estructuralista	36
Teoría Crítica o Marxista	36
El periodismo	38
Generalidades.....	38
Periodismo especializado.....	39
Periodismo deportivo	40
El periodismo deportivo en el Ecuador.....	40
Periodismo deportivo en Guaranda.....	41
Medios de comunicación	43
Origen y evolución.....	43

	10
Medios de comunicación tradicionales	44
Radio	44
Prensa	45
Televisión.....	46
Medios digitales	47
Medios de comunicación en el Ecuador	48
Medios televisivos	49
Definiciones	50
Importancia	50
Medios Tradicionales vs Medios digitales.....	52
Medios digitales en crecimiento en el Ecuador	52
MARCO CIENTÍFICO.....	54
Teoría Estructuralista	54
Teoría Funcionalista.....	56
MARCO CONCEPTUAL.....	58
Comunicación	58
Periodismo	58
Periodismo Deportivo	59
Tratamiento informativo	59
MARCO LEGAL	60

GEOREFERENCIAL.....	63
CAPÍTULO III.....	64
METODOLOGÍA.....	64
Tipo de investigación.....	64
Exploratoria.....	64
Descriptiva.....	64
Transversal.....	64
No experimental.....	64
Enfoque de la investigación.....	64
Métodos.....	65
Técnicas e instrumentos de investigación.....	65
Encuesta.....	65
Entrevista.....	65
Universo, población y muestra.....	65
Procesamiento de la información.....	66
CAPÍTULO IV.....	67
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	67
Análisis e interpretación de resultados del público.....	67
DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	79
DATOS OBTENIDOS EN LAS ENTREVISTAS.....	81

	12
RESUMEN DE ENTREVISTAS.....	88
DISCUSIÓN DE RESUTADOS DE ENTREVISTAS.....	91
CAPÍTULO V.....	92
PROPUESTA DEL INVESTIGADOR.....	92
ELABORACIÓN DE UN PROGRAMA DEPORTIVO PILOTO PARA EL MEDIO DE COMUNICACIÓN GUARANDA TV	92
Objetivos.....	93
Objetivo General.....	93
Objetivos específicos	93
Logo de Guaranda TV	94
Organigrama Estructural.....	95
Parrilla de programación.....	95
Parrilla de programación Guaranda TV	96
Oferta de programa deportivo Deportes GDA.....	99
Plan de rodaje.....	99
Guion Literario.....	102
Guion Técnico.....	104
CONCLUSIONES.....	108
RECOMENDACIONES	109
BIBLIOGRAFÍA.....	110

ANEXOS.....	116
Cronograma.....	116
Presupuesto	118
Certificado Tutor.....	119
Certificado Par Académico	120
Certificado Antiplagio	121
Certificado Urkund	122
Instrumentos de recopilación de datos	123
Cuestionario de encuestas	123
Guía de entrevista	126
Fotografías	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de frecuencias de la variable género.....	67
Tabla 2: Distribución de frecuencias de la variable edad	68
Tabla 3: Distribución de frecuencias de la variable ¿Cuántas horas al día ve televisión?	69
Tabla 4: Distribución de frecuencias de la variable ¿Conoce usted el medio televisivo Guaranda TV?	70
Tabla 5: Distribución de frecuencias de la variable ¿Qué tipo de programación prefiere ver usted?	71
Tabla 6: Distribución de frecuencias de la variable ¿Ha evidenciado usted programas deportivos en el medio televisivo Guaranda TV?.....	72
Tabla 7: Distribución de frecuencias de la variable ¿Qué programas deportivos le gustaría ver con mayor frecuencia en la televisión local?.....	73
Tabla 8: Distribución de frecuencias de la variable ¿Cómo califica la calidad de la información deportiva que difunde el medio Guaranda TV?.....	74
Tabla 9: Distribución de frecuencias de la variable ¿Cree Ud. que el medio Guaranda TV le da la importancia respectiva a la información deportiva local y nacional?.....	75
Tabla 10: Distribución de frecuencias de la variable ¿Le gustaría que se incluya información y transmisiones deportivas sobre el ámbito local?.....	76
Tabla 11: Distribución de frecuencias de la variable ¿Que tipo de contenidos deportivos ha evidenciado que se transmite en el medio televisivo Guaranda TV?	77

Tabla 12: Distribución de frecuencias de la variable ¿Cuánto tiempo le dedicaría a ver programación deportiva?	78
---	-----------

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfico de barras de la variable género	67
Figura 2: Gráfico de barras de la variable edad.....	68
Figura 3: Gráfico de barras de la variable ¿Cuántas horas al día ve televisión?	69
Figura 4: Gráfico de barras de la variable ¿Conoce usted el medio televisivo Guaranda TV?...	70
Figura 5: Gráfico de barras de la variable ¿Qué tipo de programación prefiere ver usted?	71
Figura 6: Gráfico de barras de la variable ¿Ha evidenciado usted programas deportivos en el medio televisivo Guaranda TV?	72
Figura 7: Gráfico de barras de la variable ¿Qué programas deportivos le gustaría ver con mayor frecuencia en la televisión local?	73
Figura 8: Gráfico de barras de la variable ¿Cómo califica la calidad de información deportiva que difunde el medio de Guaranda?	74
Figura 9: Gráfico de barras de la variable ¿Cree Ud. que el medio Guaranda TV le da la importancia respectiva a la información deportiva local y nacional?.....	75
Figura 10: Gráfico de barras de la variable como televidente ¿Le gustaría que se incluyan información y transmisiones deportivas sobre el ámbito local?	76
Figura 11: Gráfico de barras de la variable ¿Qué tipo de contenidos deportivos ha evidenciado que se transmite en el medio televisivo Guaranda TV?.....	77

Figura 12: Gráfico de barras de la variable ¿Cuánto tiempo le dedicaría a ver programación deportiva?.....	78
---	-----------

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Operacionalización de Variables	30
Cuadro 2: Teorías destacadas de la Escuela de Frankfurt	37
Cuadro 3: Medios de comunicación de renombre que difunden información deportiva en Ecuador	40
Cuadro 4: Medios de comunicación establecidos en el cantón Guaranda	42
Cuadro 5: Medios televisivos en el Ecuador	50
Cuadro 6: Clasificación de contenidos en los medios de comunicación.....	51
Cuadro 7: Formula de aplicación para muestra de encuestas.....	66
Cuadro 8: Equipo de trabajo del Canal Guaranda TV.....	94
Cuadro 9: Organigrama estructural de Guaranda TV	95

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Tecnologías de la Información Utilizadas en Ecuador	53
Ilustración 2: Elementos Fundamentales de la Comunicación según Lasswell.....	57
Ilustración 3: Mapa del lugar de estudio	63
Ilustración 4: Logo del Medio de televisión Guaranda TV.....	94

RESUMEN

El presente proyecto investigativo se basa en los espacios deportivos del medio de comunicación Guaranda TV, y, a la vez propone estrategias que ayuden a fortalecer las falencias en cuanto a información deportiva dentro del medio y permita crear un espacio que ayude a captar más audiencia en beneficio de Guaranda TV.

Se utilizó una investigación descriptiva y exploratoria, aplicando instrumentos como: entrevistas a los encargados del medio y profesionales en periodismo deportivo y encuestas a los televidentes de Guaranda, con un método cuantitativo, realizando un análisis de resultados que evidencian una visión clara del caso a estudiar.

Al concluir la investigación se evidenció las falencias que tiene el medio en cuanto a la producción de contenidos deportivos, la falta de personal capacitado en el área y la carencia del recurso técnico para la elaboración de productos informativos de interés para el público objetivo. De esta manera el desarrollo de contenidos deportivos podría posicionar al medio televisivo dentro del mercado deportivo y permitir captar más audiencia para el canal Guaranda TV.

Palabras claves: Comunicación, Información deportiva, Medios de Comunicación, Público objetivo, Tratamiento informativo.

ABSTRACT

This research project is based on the sports spaces of the communication medium Guaranda TV, and, at the same time, it proposes strategies that help to strengthen the shortcomings in terms of sports information within the medium and allow the creation of a space that helps to attract more audience. for the benefit of Guaranda TV.

A descriptive and exploratory investigation was used, applying instruments such as: interviews with those in charge of the media and professionals in sports journalism and surveys of Guaranda viewers, with a quantitative method, carrying out an analysis of results that show a clear vision of the case to be studied. .

At the conclusion of the investigation, the shortcomings of the medium in terms of the production of sports content, the lack of trained personnel in the area and the lack of technical resources for the development of information products of interest to the target audience were evidenced. In this way, the development of sports content could position the television medium within the sports market and allow the Guaranda TV channel to attract more audiences.

Keywords: Communication, Sports information, Media, Target audience, Information treatment.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

La palabra comunicación proviene del latín *communis* que significa “común” y de acuerdo con la Asociación Nacional de Comunicación; es conceptualizado como el arte de comunicar y se enfoca en la manera en que las personas usan los mensajes para generar significados dentro, y, a través de varios contextos. En otras palabras, la comunicación es la disciplina que estudia todas las formas, modos, medios y consecuencias de comunicar contenido de valor a través de la investigación humanística, científica social y estética (Association National Communication [ANC], s.f.)

Domeneghetti (2021) menciona que, en esencia, la comunicación implica el uso de códigos, expresiones faciales, el movimiento del cuerpo o los sonidos que se hacen con la voz. A estos códigos se los denomina lenguajes. El lenguaje es el nivel básico de comunicación que transfiere información y mensajes de un lugar a otro y de una persona a otra creando un ambiente de colaboración y cooperación. Los actos de comunicación se basan en una serie de habilidades inter e intrapersonales como observar, hablar, cuestionar, analizar y asimilar.

La comunicación como un proceso bidireccional implica que los participantes alcancen un entendimiento mutuo más allá de la mera codificación y decodificación de información, noticias, ideas y sentimientos que de no ser posible resultaría en un caos y la existencia humana y la civilización como las conocemos hoy desaparecerían sin comunicación (pp. 4-10).

De acuerdo con Andrews (2013), los medios de comunicación tienen un papel importante y creciente en la cultura de los países pues son un referente de los intereses de sus lectores y

espectadores. Gran parte del crecimiento del interés por el deporte ha sido impulsado por los medios de comunicación, en particular la televisión. En el sector periodístico el deporte es uno de los tres departamentos tradicionales que componen el equipo editorial. El Departamento de Deportes suele estar encabezado por un editor general, de noticias, de reportajes y editores auxiliares de negocios y moda. Debido a su naturaleza autónoma, esta dependencia es la responsable no solo de informar sobre eventos deportivos, sino también de la difusión de noticias y reportajes deportivos (pp. 8-50).

En Guaranda, capital de la provincia de Bolívar pocos son los espacios que brindan información concisa sobre los acontecimientos deportivos locales; un ejemplo de ello es el estudio titulado “Reestructuración del Noticiero Hechos y Noticias del canal municipal TV 5 Guaranda, en base al análisis de las audiencias, dirigido para todo tipo de público” en el cual se concluyó la carencia de investigaciones que abordan las preferencias de la audiencia guarandeña sumado a la falta de originalidad de los segmentos televisivos (Vásquez Del Salto y Vayas, 2013, como se citó en Aldaz, 2015).

Es así como el presente proyecto universitario busca realizar un estudio descriptivo que plasme la postura de los habitantes de Guaranda con respecto a sus preferencias deportivas televisivas partiendo de un análisis de audiencias.

ANTECEDENTES

Varios son los estudios que enfatizan la importancia de difundir espacios deportivos en los medios televisivos, entre ellos se destacan:

El proyecto de investigación realizado por Rubén Darío Macías Morejón en la Universidad Técnica de Babahoyo previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social con el tema “Aporte de los medios de comunicación televisivos en la difusión de actividades deportivas en el cantón Babahoyo provincia de Los Ríos” tenía como objetivo examinar si el hecho de difundir noticias deportivas de Babahoyo influía de alguna manera en la estima de los deportistas fluminenses.

Dicho estudio se respaldó en investigaciones de campo documentadas a través de entrevistas y encuestas efectuadas a 23 habitantes (7 deportistas y 16 no deportistas ciudadanos) de Babahoyo más una recopilación de material académico científico. Una vez obtenidos los datos se realizó un análisis estadístico descriptivo en el cual se concluyó que existió un apoyo parcial en el área deportiva pues los deportes populares (fútbol) eran los más difundidos por los medios mientras que deportes vistos como no profesionales fueron dejados de lado (Morejón, 2018).

En otro tópico de investigación titulado “Estudio sobre la información y difusión del motocross, en los medios de comunicación de Guayaquil” presentado en la carrera de comunicación social por Guillermo Alexander Gamarra Alava en la Universidad de Guayaquil se analizó el grado de socialización de la disciplina deportiva motocross por parte de los medios de comunicación de Guayaquil. La metodología propuesta tuvo un enfoque cuantitativo con el uso de encuestas y cualitativo con entrevistas.

La muestra poblacional de este estudio contó con 204 ciudadanos quienes acudieron al evento deportivo motocross latinoamericano localizado en la pista ecológica Albert Gilbert. La

información se recolectó en un período de dos días (sábado y domingo). Una vez procesado los datos de manera estadística se reveló que no existió ningún plan comunicativo para la difusión del motocross. En otras palabras, hubo una carencia de relacionistas públicos con un plan de difusión para este deporte (Alava, 2014).

Por otro lado, en la Universidad de Valladolid en el año 2019, Pérez desarrolló el trabajo de titulación con el tema “Mujeres, deporte y su vacío en los medios. Reportaje audiovisual sobre el tratamiento del deporte femenino en los medios de comunicación” el cual se enfocó en demostrar el sesgo comunicativo del deporte sección masculina y femenina. La información fue recolectada a través de una entrevista en 4 etapas evolución, equidad, sesgo y mejoras.

Al gestionar la información se descubrió que las noticias referentes al deporte femenino son muy poco visualizadas en los espacios mediáticos dejando relucir un divorcio implícito entre las actividades deportivas femeninas vs las masculinas, además se planteó los ingresos económicos como una de las causas por las que se dejan de lado a las mujeres y el deporte pues representa una baja rentabilidad (Pérez, 2019).

Además, en un estudio sobre “género y televisión” impulsado por el Consejo Nacional de Andalucía se analizaron alrededor de 138 emisiones televisivas con el fin de determinar si los espacios autónomos y nacionales socializan a la mujer en el ámbito deportivo. El estudio fue valorado de manera cuantitativa con la recolección de porcentajes de aparición en la pantalla. Se examinaron noticias, programas y retransmisiones deportivas en dos intervalos de tiempo el primero vacacional del 11 al 21 de agosto y el segundo laboral y escolar del 1 al 15 de octubre. También dentro del mismo enfoque se recolectó información acerca de las mujeres y la discapacidad en los deportes. Los resultados arrojaron que la visualización de eventos con personas

deportistas con discapacidad fue nula mientras que el deporte femenino tuvo una baja trasmisión con un valor de menos del 5% para su aparición televisiva (Consejo Audiovisual de Andalucía [CAA], s. f.).

Finalmente, en el artículo académico de investigación “Medios de Comunicación y Ciudadanía” efectuado por Rómel Alfredo Montesinos Condo y publicado en la Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo se determinó a través de un análisis estadístico descriptivo y explicativo que los medios de comunicación no satisficieron las necesidades de los espectadores pues los segmentos televisivos fueron creados en base a intereses económicos y no de acuerdo con los gustos de la ciudadanía.

El marco muestral contó con 160 pobladores de la ciudad de Puno, (86 hombres y 74 mujeres) con edades que permanecieron en el rango de intervalo de 18 a 78 años los cuales manifestaron tener una preferencia por los espacios deportivos, hecho que juntamente con lo expuesto en los párrafos anteriores demuestra la importancia de realizar el presente estudio que permita expresar el sentir ciudadano con respecto a sus preferencias televisivas. (Condo, 2011)

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Los medios de comunicación son las plataformas que permite que millones de espectadores, oyentes y lectores vivan la experiencia de un gran espectáculo. El poder de los videos, las cámaras y los fondos musicales transportan física y mentalmente a los televidentes a través del tiempo y del espacio sin necesidad de mover su cuerpo. Un caso particular de esta dinámica de comunicación es el periodismo deportivo donde las personas al ver, oír o leer acerca del deporte en los diferentes medios de comunicación practican su estado de ocio de manera pasiva, enriquecedora y saludable (Pilar et al., 2019; Moragas Spà, 1994).

Así como a nivel nacional los deportes tienen su propio espacio televisivo y hoy en día se encuentran al alcance de gran parte de la población. Varios son los beneficios que suscitan los espacios deportivos en los medios de comunicación: promueven la actividad física, propician un espacio de integración entre familiares, amigos e incluso desconocidos, mantienen sentimientos positivos hacia la práctica de actividad física y deportiva, contribuyen a mejorar la salud, la calidad de vida y el aprovechamiento responsable del tiempo libre de la población, llegando a provocar el rechazo al uso de drogas y alcohol.

Sin embargo, a pesar del sin número de influencias positivas que giran en torno al periodismo deportivo, el canal Guaranda TV no brinda un adecuado manejo de espacios que propicien esta motivación deportiva. Esto recalca la falta de estudios que indaguen acerca de las preferencias televisivas de los guarandeños. Un estudio realizado por David Paredes y Ramón Sierra en Quito encontraron errores en el manejo de la información deportiva, ya que las noticias eran proporcionadas a través de esquemas viejos y por conveniencia revelando la falta de parcialidad y pasión por una comunicación integra (Vásquez y Murillo, 2011).

Tomando en cuenta la experiencia de la capital del Ecuador el presente proyecto busca estudiar la relevancia que tienen los deportes en el canal de señal abierta Guaranda TV.

Dicho canal televisivo, oficialmente carece de un espacio dedicado exclusivamente al deporte, pues a pesar de que transmiten cápsulas informativas de noticias deportivas ocasionalmente, no se da la importancia a la información de campeonatos que se desarrollan dentro y fuera de la ciudad. Este proyecto busca incentivar a los medios de comunicación a crear espacios de interacción, debate e incluso cubrir y transmitir los partidos de fútbol, básquet, etc. en su programación habitual, creando una plataforma que permita que los ciudadanos a pesar de no poder estar presentes en los encuentros deportivos vivan la experiencia virtual de observar los eventos a través de este medio.

Con el avance tecnológico el periodismo digital renace como una forma de medio de comunicación práctica e inmediata convirtiéndose en una gran propuesta para los medios de comunicación y las transmisiones deportivo-directas. En un estudio realizado en Guayaquil se visibiliza los beneficios y la importancia del periodismo deportivo y el uso de las nuevas herramientas que ofrece la globalización (Proaño et al., 2021). Este estudio es otro respaldo de la inclusión del deporte en la programación habitual de los medios de comunicación en Guaranda.

Actualmente, Guaranda TV no cuentan con una programación oficial y mucho menos con transmisiones locales deportivas directas, la gran mayoría de sus contenidos se centran en noticias y programas que abordan problemas de índole social, además, es difícil conseguir un horario en estos medios televisivos, en virtud que carecen de una estructura organizacional provocando que el rating de sintonía sea bajo.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera incide el tratamiento informativo deportivo del canal de señal abierta Guaranda Tv en la opinión pública julio - diciembre 2021?

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuántos canales oficiales tiene Guaranda?

¿Cuáles son los eventos deportivos que se organizan en Guaranda?

¿Cuántos equipos deportivos hay en Guaranda?

¿Los jugadores están o favor o en contra de transmitir programas deportivos?

¿El público televidente está o favor o en contra de transmitir eventos deportivos?

¿Cuántos programas deportivos existen en Guaranda?

¿En que influye en el Rating de un espacio noticioso, un espacio deportivo?

¿Qué tanto aporta a la comunidad en información, los programas deportivos?

¿Cuál es la competencia de los programas deportivos en televisión?

¿Existen otros medios que difundan información deportiva?

¿Cuál es la diferencia entre un canal de señal abierta y un podcast?

JUSTIFICACIÓN

El deporte es una disciplina con importancia local y mundial, pues se ha convertido en una gran industria que concentra la economía, la cultura, la educación y la comunicación adquiriendo un gran valor para las entidades empresariales por las audiencias masivas y los ingresos publicitarios que esta atrae. De hecho, los medios de comunicación han jugado un papel decisivo en la transformación del deporte de una actividad aficionada a un deporte mundial híper comercializado industrialmente (Zion et al., 2011).

El nexos entre el deporte y la comunicación se caracteriza por una relación de proporciones globales que implica una serie de transformaciones bidireccionales. Por su parte, los medios de comunicación se han visto envueltos en varios procesos como la cobertura televisiva, la organización y difusión todo esto respaldado con titularidad, derechos de transmisión, patrocinios y publicidad. En contraste, el deporte ha generado un ambiente de entretenimiento inclusivo e ideal para conversaciones interpersonales libres de creencias fundamentales como política o religión (Nölleke et al., 2017 ; Zion et al., 2011).

Los deportes crean pasión y fomentan las conexiones sociales, dos de las razones por las que se busca realizar este proyecto. Guaranda cuenta con una gran cantidad de eventos deportivos dignos de cobertura, un claro ejemplo de esto es el fútbol, una de las disciplinas más populares en los deportes, el cual tiene una amplia aceptación entre la ciudadanía, por lo que se desempeña en la ciudad y sus alrededores bajo denominaciones como: Campeonato de segunda categoría, campeonatos y ligas barriales, torneos comunitarios, etc.

Esta iniciativa no es más que la semilla que busca normalizar las transmisiones directas de los eventos deportivos locales para que puedan ser gozados por los televidentes guarandeños desde la comodidad de su hogar. Accionar que dará origen a un sin número de reacciones positivas por

parte de los jugadores quienes sentirán el respaldo mediático, pero también de la ciudadanía quienes comenzarán a posicionar las emisiones deportivas como parte de su rutina de fin de semana.

En este sentido el desarrollo del presente proyecto busca demostrar la importancia de incluir el sector deportivo al contenido comunicacional de la cadena televisiva Guaranda TV, generando beneficios para la comunicación social de la ciudad Guaranda.

OBJETIVOS

Objetivo General

Revalorizar el manejo informativo del periodismo deportivo en el canal de señal abierta Guaranda TV periodo julio-diciembre 2021.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de los programas deportivos y su audiencia en la ciudad de Guaranda.
- Identificar las falencias que tiene el medio de comunicación para la creación de espacios deportivos.
- Elaborar un programa deportivo que sirva como modelo para que sean utilizados en los espacios deportivos de Guaranda TV.

IDEA PARA DEFENDER

Los espacios deportivos marcan un gran papel dentro del medio televisivo, pues la audiencia en su mayoría son amantes del deporte.

VARIABLES

Variable dependiente: Tratamiento informativo

Variable independiente: Opinión Pública

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro 1

Operacionalización de Variables

Variable	Concepto	Categoría	Indicadores	Técnica e Instrumentos
Dependiente: Tratamiento informativo deportivo	Es la representación de forma gráfica, analítica y escrita de la información recolectada en un tiempo y lugar determinado con respecto a la opinión pública sobre eventos e intervención deportiva de cualquier índole.	<ul style="list-style-type: none"> - Gráfica - Representación - Datos 	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de tratamiento - Nivel de representación 	Entrevista
Independiente: Opinión pública	La opinión pública se define como las diversas formas de expresión que tiene una sociedad con	<ul style="list-style-type: none"> - Intereses - Población - Opinión 	<ul style="list-style-type: none"> - Muestra de habitantes - Niveles de aceptación 	Encuesta

	respecto a temas de carácter público, ya sean de naturaleza política, económica o social.		- Frecuencias absolutas	
--	---	--	-------------------------	--

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: (Chávez,2023)

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

La Comunicación

La palabra comunicación proviene del latín communis que significa común y de acuerdo con la Asociación Nacional de Comunicación; el arte de comunicar se enfoca en la manera en que las personas usan los mensajes para generar significados dentro y a través de varios contextos. En otras palabras, la comunicación es la disciplina que estudia todas las formas, modos, medios y consecuencias de comunicar contenido de valor a través de la investigación humanística, científica social y estética. (Association National Communication [ANC], s.f.)

Esta interacción se desarrolla dentro de un contexto social y generalmente involucra un remitente y un receptor. El remitente es el interlocutor que inicia un círculo de intercambio de señales con significado hacia el receptor. Estas señales pueden ser verbales o gráficas, gestuales o visuales (fotográficas). (Malik, 2021)

Comunicación e información

La comunicación y la información son dos fenómenos que forman parte de un sistema de comunicación. Dentro de este sistema la información cuenta con un carácter especializado que fortalece el sistema de manera específica, detectable, identificable y discriminante. Por lo tanto, es coherente hablar de un sistema de información o un sistema de inteligencia que cuenta con un comunicador que se encarga de transmitir o personalizar transaccionalmente un mensaje con otro comunicador encargado de recibir. En otras palabras, se puede entender al sistema comunicacional como la unidad interaccional del factores que ejercen y cumplen la función de comunicar un mensaje (Smarandache y Vladutescu, 2013).

Comunicación como proceso de interacción social

Un análisis completo de la interacción social incluye una consideración de la forma de comunicación (la red de comunicación y la frecuencia de interacción a lo largo de cada camino en la red), el proceso (dirigido hacia la tarea y la relación con otros miembros del grupo) y el contenido. (en términos de la función que se realiza o algún otro conjunto de categorías que describen el tema de la interacción) (Kidwell y Reynolds, 2022).

Las habilidades de comunicación e interacción social son un conjunto de comportamientos y secuencias de comportamiento. “Hacer una pregunta” o “hacer contacto visual” son ejemplos de habilidades interpersonales. Si estas habilidades se promulgaron de una manera exitosa, satisfactoria, apropiada, clara, etc. es una cuestión de calidad o competencia. (John y Brant, 2003).

Comunicación y cultura

La cultura no es simplemente un fenómeno cognitivo que permite interpretar el mundo; también imparte acciones y es un referente de los fenómenos sociales: Los patrones de cultura y civilización de la vida incluyen todas las valoraciones peculiares, instituciones y sistemas de orientación y guía tales como el folclore, las costumbres, las leyes, los hábitos, la etiqueta o las modas que caracterizan cualquier grupo social en un momento dado de la historia este mundo de vida sociocultural se construye a través de la comunicación.

Por cultura comunicativa se enfatiza que no puede reducirse a conocimiento, significado o sistemas de signos solamente. La cultura comunicativa no se ubica ni en la mente ni en lo objetivado, sistema o discurso: es producido, realizado y transformado en comportamiento comunicativo. Desde la perspectiva del enfoque comunicativo la cultura no solo se actúa, sino que representa un proceso continuo de construcción de significado a través de la acción comunicativa.

La cultura comunicativa son las acciones comunicativas mediadas e inmediatas y formas comunicativas realizadas en esta sociedad. Con respecto a la estructura social, la cultura comunicativa depende de la distribución de los medios de comunicación; pero es aún más dependiente del uso diferenciado de acciones y formas comunicativas de las que se constituye y por el cual se estructura en situaciones comunicativas, medios y organizaciones institucionales. Esta noción de contexto cultural permite evadir la distinción común de dos esferas ontológicas de contextos, tales como estructura social "externa" contexto que parece ser "externo" a la interacción, y contexto "interno" (Aldo Di et al., 2001).

Teorías de la Comunicación

Según Steen (2007) Las teorías cumplen varios roles que van desde proporcionar un medio para la evaluación de nuevos datos de investigación, identificar nuevos problemas y formular preguntas de investigación con el fin de solucionar dichos problemas. La formulación de teorías ayuda a explicar y comprender varios fenómenos de la experiencia humana con base en un marco conceptual respaldado en un conjunto de conceptos, explicaciones y principios que emiten conocimiento.

El propósito de este apartado es presentar una amplia gama de ideas o teorías sobre el proceso de la comunicación. En otras palabras, son teorías que abordan diversas formas de hablar sobre la comunicación y cada una de ellas analiza el proceso de comunicación de manera singular contrastando el significado de la comunicación y su función desde puntos de vista independientes.

Teoría Funcionalista

Este tema ha sido el paradigma principal para la investigación de las organizaciones en sociología. Hace referencia a la indagación desde una postura objetiva y está firmemente arraigado en el modo de regulación. Así, las teorías ubicadas en este cuadrante comparten una visión del mundo social como relativamente estable y concreto. Un mundo donde los objetos y las relaciones que lo componen pueden ser estudiados por enfoques desarrollados en las ciencias naturales.

Así como el mundo de la naturaleza es ordenado el mundo de los asuntos humanos está igualmente ordenado y regulado. Es así como la tarea del sabio funcionalista es comprender la naturaleza de este orden.

En la disciplina de la comunicación, la teoría de la acción razonada (TRA) es un ejemplo de una teoría funcionalista pues fue diseñado para identificar elementos que pueden predecir el comportamiento humano y así guiar el cambio de comportamiento.

Dejar de fumar, donar sangre y usar preservativo son algunos de los temas a los que se ha aplicado TRA. La teoría se basa en varias variables causales, como intención conductual, actitud y motivación para cumplir y predecir cómo alguien se va a comportar. La intención de comportamiento en torno a dejar de fumar se puede calcular, por ejemplo, si alguien compra parches de nicotina, limita su fuma a medio paquete al día, y encuentra un amigo con quien dejar de fumar. Todos estos son fuertes predictores del comportamiento deseado en torno al tabaquismo. El investigador suma todos los indicadores relevantes y predice la probabilidad de que el individuo en cuestión dejará de fumar. La teoría de la acción razonada es funcionalista. porque asume un mundo social

estable que responderá como se predijo una vez identificados los factores significativos para el proceso (Steen, 2007).

Teoría Estructuralista

La teoría estructuralista en el ámbito de la comunicación engloba el desarrollo de las teorías con precedentes lingüísticos como herramientas para el estudio de la comunicación en masas. Esta corriente se enfoca de manera particular en la semiótica bajo la premisa de que es la ciencia que estudia la cultura y abarca los códigos sociales que dictaminan el proceder de la sociedad. Entendiendo la comunicación como uno de los cimientos de las sociedades humanas se puede entender el vínculo de la semiótica con el objetivo de comprender las reglas lógicas y los símbolos con significados propios.

Por ello la semiótica es reconocida como la base del estructuralismo y la meta de los proyectos sustentados en esta teoría consiste en definir las propiedades de los mensajes y su funcionamiento dentro de los diversos medios de comunicación. Es así que las herramientas más destacadas de esta teoría son los modelos de los algoritmos de la comunicación y los modelos para analizar mensajes y textos. Los referentes principales de esta corriente son Umberto Eco, Roland Barthes, Lévi-Strauss, Abraham Moles, Algirdas J. Greimas, entre otros. Estos autores aplicaron la semiótica a sistemas y habilidades de comunicación específicas tales como la publicidad, la prensa, la moda, el arte, la televisión, historietas, etc. (César et al., 2008)

Teoría Crítica o Marxista

La teoría crítica aborda las preocupaciones de un determinado grupo oprimido o fenómeno opresor. Se mencionan seis de las teorías más destacadas que caen bajo esta rúbrica:

Cuadro 2

Teorías destacadas de la Escuela de Frankfurt

La Escuela de Frankfurt y la Teoría de la Comunicación Acción
Estudios culturales
Posestructuralismo
Pos-colonialismo
Teoría feminista
Retórica crítica.

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: (Steen,2007)

Los miembros de Frankfurt se apoyan fuertemente en la tradición marxista. Los estudios culturales comparten un interés en las ideologías que dominan una cultura, pero su enfoque está en el cambio social desde el punto de vista de la cultura misma: “hacer inteligible el movimiento real de la cultura tal como se registra en la vida social, en las relaciones de grupo y de clase, en la política e instituciones, en valores e ideas.” La teoría post estructural, y especialmente la herramienta de deconstrucción, se preocupa por las formas en que el lenguaje trabaja para mantener sistemas de dominación. El pos-colonialismo mira las relaciones desiguales creadas entre naciones, ya sea a través de invasiones y colonizaciones reales o a través del dominio y la expansión de influencias occidentales (medios, idioma, mercancías y valores). Las perspectivas feministas a menudo se colocan dentro de la teoría crítica debido a un enfoque en un particular sistema de opresión: el patriarcado. Del mismo modo, la retórica crítica se preocupa con cuestiones de quién puede hablar y en qué contextos (Steen, 2007).

El periodismo

Aunque el periodismo se practica desde hace años, no existe una definición establecida del término "periodismo". Generalmente es un término que se utiliza para denotar la práctica de informar noticias o sucesos actuales que impactan a nivel mundial. Sin embargo, para (Deuze, 2005) tener una definición aproximada de lo que significa periodismo se extrapola el concepto del diccionario en dónde se enuncia al periodismo como la acción de escribir, editar, informar, fotografiar o difundir noticias (Zion et al., 2011).

Fucatel (2008) señala al periodismo como la captura y manipulación de información, escrita, oral, visual o gráfica, en cualquier forma o manera. Es la forma más prominente de comunicación en una organización social y su importancia radica en que favorece el rápido desarrollo de las ideas. Por su parte, Alejandro Miró Quesada enfatiza que el periodismo es la herramienta más importante para reformar la sociedad. “Quizás se admita con justicia que importantes reformas precedieron a la aparición del periodismo en el mundo, pero es igualmente innegable que los grandes cambios sociales no se produjeron hasta después de su desarrollo”.

Generalidades

La palabra periodismo se deriva de la palabra latina diurnalis que significa diario palabra que a lo largo de la historia ha ido evolucionando. Es así como en Roma el primer periódico del mundo se estableció con el nombre de ActaDiurna y más tarde con la aparición de folletos, publicaciones periódicas, boletines, etc. se originó el vocablo "periódicos".

Los medios a través de los cuales se comunican las noticias incluyen: periódicos, revistas, radios, televisión, cine, internet - sitios web, blogs, teléfonos y ahora redes sociales y al personal encargado de la recopilación de noticias y la colección de información a través de estos medios se los denomina redactores de noticias o periodistas (Deuze, 2005).

Periodismo especializado

La articulación del campo periodístico en torno a los dos polos 'general / especializado' refleja, por un lado, las características de los públicos a los que se dirigen los medios de comunicación y, por otro, las de los medios y de los propios periodistas. es decir, se sujeta a las transformaciones del público y sus estilos de vida (Marchetti, 2005).

Los medios de comunicación necesitan periodistas especializados y la opinión pública cada vez tiene mayor grado de formación y mayor nivel cultural, no es una masa a la que se informa. La complejidad de la actualidad y, en general, de la sociedad, ha provocado que la prensa y los periodistas evolucionen hacia mayores niveles de especialización. Este nivel de especialización periodística surgió del agotamiento del modelo informativo a raíz de la crisis de la prensa a principios del siglo XX ante la competencia de los medios audiovisuales. Las grandes empresas periodísticas -en su evidente afán mercantilista- reaccionaron renovando los contenidos y apostando por un nuevo modelo periodístico interpretativo.

Frente a periodistas con poca especialización y de bajo coste para las empresas informativas, existen grandes expertos de áreas, al margen de las clásicas secciones de deportes, política o cultura. La especialización del periodista apuesta ya por periodismo de inmigración, sucesos y tribunales, economía, Internet y redes sociales, consumo, entre otras (Iglesias & Alcaide, s. f.).

La especialización actual de los futuros periodistas es ya una necesidad urgente y un hecho irreversible, porque los acontecimientos siguen desarrollando y necesitan ser explicados. Los lectores buscan más detalles y los periodistas necesitan conocerlos.

Periodismo deportivo

Los seres humanos tienen una fuerte propensión al deporte desde tiempos inmemoriales. Mujeres y hombres pertenecientes a todos y cada uno los estratos de la sociedad siempre han sido atraídos por varios tipos diferentes de juegos y deportes (Zion et al., 2011).

El periodismo deportivo se centra en informar sobre noticias y eventos deportivos de aficionados y profesionales. Los periodistas deportivos trabajan en todos los medios, incluidos los impresos, la televisión e Internet. Si eres un aficionado a los deportes y te gustaría dedicarte al periodismo, sigue leyendo para descubrir qué puedes hacer como periodista deportivo (Stofer et al., 2009).

El periodismo deportivo en el Ecuador

El fútbol fue uno de los deportes que marcó el origen del periodismo deportivo en Ecuador, según fuentes de las dependencias de comunicación de la Universidad Eloy Alfaro la primera transmisión de radio fue en la voz de los Andes el 25 de diciembre de 1931 en Quito. La radio fue uno de los medios que impulsó el periodismo deportivo, luego apareció la televisión la cual se convirtió en el preferido por los usuarios, a todo este proceso se sumó la creación de clubes deportivos hecho que desencadenó la cobertura periodística de las actividades deportivas (Torres y De-santis, 2022).

Cuadro 3

Medios de comunicación de renombre que difunden información deportiva en Ecuador

Medios Deportivos en el Ecuador
El Comercio
CRE Satelital
Nueva Emisora Central

Radio La Red
Gama TV
Gold TV
DirectTV Sports
Teleamazonas
Telesistema
EL Canal del Fútbol

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: (Castillo, 2022)

Además de los medios también es importante destacar a los periodistas deportivos quienes fueron otro de los cimientos del periodismo deportivo ya que con su profesionalismo y su manera de comunicar el deporte a través de sus perspectivas crearon un ambiente de comunicación efectiva y fanatismo responsable en la ciudadanía ecuatoriana.

El guayaquileño Ecuador Martínez Collazo narrador deportivo, el quiteño Alfonso Eduardo Laso Bermeo relator deportivo, Blasco Moscoso Cuesta comentarista deportivo y Carlos Efraín Machado periodista deportivo son algunos de los exponentes del periodismo deportivo en Ecuador (Ramiro, 2015).

Periodismo deportivo en Guaranda

El periodismo deportivo ha sido muy limitado en el cantón Guaranda, a pesar de existir varios medios de comunicación que puedan cubrir estas actividades recreativas, uno de los motivos puede ser la falta de interés por parte de la comunidad o bien podría de la empresa. Por lo tanto, este estudio busca indagar y profundizar las causas o razones por el cual el deporte no ha sido prioridad al momento de informar. (Chávez, 2023)

A continuación, se presenta una lista con los principales medios de comunicación conocidos en el cantón Guaranda.

Cuadro 4

Medios de comunicación establecidos en el cantón Guaranda

Medio	Tipo de Medio	Clasificación	Provincia	Cantón
Radio Mundo	Privado	Radio	Bolívar	Guaranda
Radio Raíces	Privado	Radio	Bolívar	Guaranda
Radio Impacto	Privado	Radio	Bolívar	Guaranda
Radio Stéreo	Privado	Radio	Bolívar	Guaranda
Radio Crisolito Celestial	Comunitario	Radio	Bolívar	Guaranda
Radio Salinerito	Comunitario	Radio	Bolívar	Guaranda
Radio Matiaví 96.3 fm	Privado	Radio	Bolívar	Guaranda
Radio U.E.B	Privado	Radio	Bolívar	Guaranda
Así no más	Privado	Impresos-digital	Bolívar	Guaranda
Guaranda TV	Público	Señal Abierta	Bolívar	Guaranda
Tv Centro	Privado	Digital	Bolívar	Guaranda
Tv Siete Guaranda	Privado	Digital	Bolívar	Guaranda

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: (Chávez, 2022)

Por otro lado, la Empresa Pública Municipal de Comunicación e Información Guaranda Tv. EP-CEIMGTV, es el único y principal medio televisivo de señal abierta del cantón, con transmisión analógica abierta cuya programación no cubre los eventos deportivos, sin embargo, al tratarse de una entidad estatal el que administra este medio, la responsabilidad cae sobre el gobierno autónomo de Guaranda (Chávez, 2023).

Medios de comunicación

En este apartado se profundiza tanto la historia y la importancia de los medios de comunicación, el cómo ha cambiado la forma que tiene el ser humano de expresar su libre albedrío con el uso de la palabra y el texto. Es impresionante como ha ido evolucionando la capacidad de transmitir el conocimiento y la noticia a través del avance tecnológico en los últimos tiempos (Castillo, 2022).

Origen y evolución

El origen de los medios de comunicación comenzó con la invención de la imprenta, cuyo mérito se le atribuye al alemán Johann Gutenberg. En 1440 desarrolló la imprenta tipo móvil, en donde se comenzó con la producción a gran escala de libros en serie y por consecuente a la distribución de la noticia, la información y conocimiento.

“La imprenta fue una invención industrial y capitalista. En Maguncia había artesanos ingeniosos con ansia de dinero y ricos empresarios, lo que dio lugar a la presencia de este invento. Poco a poco se extendió por toda Europa e Italia siendo el país que producirá más libros. A finales del siglo XV Venecia era la capital del libro. A los 50 años en los que se desarrolló la imprenta hasta 1550 los historiadores lo llaman periodo de los incunables. La intensa actividad intelectual que provocó el nacimiento de las Universidades supuso una mayor demanda de libros, que los escritorios de los monjes no daban abasto” (Jesús y Ballarín, 2011).

El primer editor de periódico en la historia fue Johann Carolus, imprimió su ejemplar en 1605. En ese entonces se ganaba la vida elaborando boletines de información manuscritos que vendía a suscriptores de clase alta que podían costearlos. Fue entonces cuando en 1604 compró una planta de impresión entera a la viuda de un famoso impresor, dándose cuenta del potencial que

tenía el imprimir sus boletines en lugar de hacerlos a mano, además de que podía ganar más dinero vendiendo más ejemplares con buena calidad y a menor precio. De esta manera creó su primer periódico llamado “Colección de todas las noticias distinguidas” (Alcaide, 2005).

Existe un salto generacional, donde los medios de comunicación y su forma de llevar la noticia a sus suscriptores cambian radicalmente, del texto escrito hacia la voz y la imagen. De esta manera ocurren los mismos resultados que al principio, y es hacer llegar la noticia e información a más personas, aumentando la calidad y composición de esta. A continuación, se esclarece con más precisión el origen de la radio, televisión y la última novedad en la comunicación que son los medios digitales en el Internet (Chávez, 2002).

Medios de comunicación tradicionales

En este apartado se explorará la historia de algunos medios de comunicación que todavía son utilizados hoy en día a pesar del rápido avance tecnológico, pero cuyo alcance hacia nuevos lectores sigue siendo bastante bueno.

Los medios de comunicación tradicionales son aquellos que se expiden por un emisor y se recogen de manera similar por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce como la televisión, la radio, y el periódico, asumiendo como objetivos informar, formar y entretener (Jiménez, 2019).

Radio

“La historia de la radio comenzó en 1887, cuando el físico alemán Heinrich Hertz detectó radiación electromagnética (predicha veinticuatro años antes por Jaime Clerck Maxwell) a partir de cargas eléctricas poderosas. Pero el desarrollo de la radio se debió a otros hombres. Entre estos investigadores podemos citar a Oliver Lodge, quien en 1894 transmitió y recibió ondas para representar los puntos y rayas del código Morse, que ya se utilizaba ampliamente en telegrafía

alámbrica. El italiano Guillermo Marconi, basado en estos trabajos y en los de Nikola Tesla, desarrolló comercialmente el invento. Al principio, Marconi podía transmitir código Morse solamente un par de millas. Pero en 1901 construyó un transmisor suficientemente potente para enviar mensajes a través del Océano Atlántico”. (EPEC, s.f.)

La radio como medio de comunicación ocupa un rol muy importante en la sociedad, cuyo fin es conocer la evolución del entorno, información sobre los acontecimientos, las instituciones y los actores sociales, así como una importante vía para la socialización. La temática de la participación y creativa de los públicos en la programación radial es de gran importancia para potenciar al máximo la capacidad creativa y transformadora de los ciudadanos, no solo en transmitir información, sino en consolidar la identidad nacional y la educación en valores. (Velásquez y Martínez, 2017)

Prensa

La prensa de hoy en día tal y como se la conoce tuvo sus inicios en el siglo XVIII en Inglaterra, anterior a esta fecha hubo ciertas formas de comunicación social. En la antigua Roma existían distintos medios de información pública (actas públicas o actas del pueblo), que consistían en una serie de tabloncillos expuestos en los muros del palacio, en los que se recogían los últimos y más importantes acontecimientos sucedidos en el imperio. Desde 1609 empiezas a publicarse en las gacetas con periodicidad semanal, al principio por editores privados que luego quedaron bajo la protección de los estados absolutos que las utilizaron como medio de propaganda de la monarquía. (Natalia y Morón, 2002)

El levantamiento popular de 1808 y la consecuente libertad de imprenta desatan la proliferación de publicaciones de todas las tendencias y los periódicos se convierten en el principal vehículo de instrucción para los lectores. El nacimiento de la prensa política y la opinión pública

se producen en nuestro país, como bien ejemplifica la profesora De Haro, precisamente en este momento. En líneas generales, durante el apasionante y eminentemente liberal siglo XIX, la prensa experimenta un desarrollo sobresaliente. Poco a poco la “prensa informativa” gana terreno a la “prensa de partido” hasta convertirse en la opción preferida por los lectores. (Marín, 2013)

Televisión

“La televisión mecánica, el primer modelo en funcionar, se basó en un invento del científico alemán Paul Gottlieb Nipkow, quien ideó en 1884 un disco platino y circular con una serie de perforaciones dispuestas en forma de espiral que parten del centro. Al girar el disco delante del ojo se conseguía descomponer una imagen por partes. Posteriormente, en 1925, el ingeniero escocés John Logie Baird unió en un mismo aparato el disco de Nipkow y una célula fotoeléctrica capaz de transformar la luz recibida en impulsos eléctricos. Luego de crear su propia compañía de televisión, Baird –en colaboración con la British Broadcasting Corporation (BBC) de Londres– comenzó con emisiones de prueba el 10 de septiembre de 1929”. (EPEC, s.f.)

La evolución de la televisión consistió principalmente en la búsqueda de un dispositivo adecuado para reproducir imágenes y además que las noticias e información que se quiera transmitir sea más digerible y fácil de entender para el público en general. La producción de un programa de televisión no es un proceso simple, nada es consecuencia del azar; todo está meticulosamente estudiado y planeado. Se puede describir como una serie de pasos seguidos cronológicamente que dan como resultado la imagen que se está transmitiendo, tales son: preproducción, producción y postproducción.

En lo que respecta a la comunicación de acontecimientos y/o eventos importantes: “La función de la televisión debería ser la de informar y transmitir la verdad, pueden convertirse en manipuladores de la opinión pública cuando quienes los conducen

comunican deliberadamente verdades a medias o falsedades. De hecho, los medios son usados para dirigir los sentimientos y las opciones de los telespectadores, oyentes, lectores y cibernautas”. (Rodríguez et al., 2005)

Medios digitales

Hasta hace algunos años los medios de comunicación convencionales como radio y televisión eran para la ONG los altavoces más eficaces al momento de transmitir un mensaje o noticia objetiva. Sin embargo, la abundancia de organizaciones y la enorme dificultad de aparecer en esos medios, ha surgido la conveniencia de buscar otras maneras alternativas de comunicación, cobrando relevancia primeramente la web y poco después las redes sociales por el alcance y abaratamiento que supone los procesos comunicativos. Los nuevos medios, en especial las redes sociales, hacen posible una comunicación directa con sus públicos sin necesidad de realizar costosas inversiones en compra de espacios y tiempos publicitarios. (Arroyo et al., 2013)

Las redes sociales hoy en día como se conocen (Facebook, Twitter, etc.), en la actualidad no se las conoce como medios de comunicación, sino como medios de difusión, pasando así de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico. Es decir, estos medios involucran tanto a los tradicionales como a los espacios virtuales. La principal regla es estos grupos es que no hay reglas, es decir, la censura es poco limitada, no existe línea editorial o restricción que marque la pauta en este tipo de espacios.

Como parte de las herramientas disponibles en el espacio virtual, destacan, además de las redes sociales, los sitios o páginas web. Ambos conceptos son potenciados por las organizaciones, para efectos de intensificar las vías de comunicación e información entre estas y sus diversos públicos, aunque no en todos los casos, son utilizados de manera óptima o adecuada. (Herrera, 2012)

Medios de comunicación en el Ecuador

Los medios de comunicación en Ecuador tienen su origen en el siglo XIX, una época dura en el país, debido a la hegemonía de sus regiones que combatía el centralismo que se vivía en Quito por querer controlar todo el poder administrativo de las zonas restantes. En esta época Loja surge un periodismo puntual para transmitir ideas políticas que sustentaban su organización independiente. La imprenta llegó a Quito en 1754, el periódico *Primicias de la cultura de Quito*, que apareció el 5 de enero de 1752 es cronológicamente la cabecera más antigua de América del sur, precedida de la Gaceta de Lima en 1743 y el papel periódico de Bogotá en 1791. (Rivera y Elizabeth, 2012)

La mayor parte de los medios de comunicación se concentra en la región Sierra, el 40% está en la Costa y solo el 10% en la poco poblada Amazonía. Los medios más influyentes están en las áreas metropolitanas de Quito (Sierra) y Guayaquil (Costa). Casi el 95% de los medios está en manos privadas. Los principales actores de los medios ecuatorianos son los grupos El Universo (medios gráficos, radio y televisión), El Comercio (medios gráficos y radio) y Fidel Egas (medios gráficos y televisión). Desde 2007, el Gobierno de Rafael Correa invirtió mucho dinero en la fundación de medios públicos o estatales (Ecuador TV, el periódico El Telégrafo, la Radio Pública del Ecuador, la agencia de noticias Andes).

Con respecto a la calidad de la formación universitaria de los periodistas en Ecuador, es objeto de severas críticas. Por un lado, los periodistas afirman que la formación periodística les da poca preparación práctica a los estudiantes para el ejercicio posterior de la profesión y que los docentes carecen de experiencia periodística y de conocimientos sobre la metodología necesaria. Por otro lado, los docentes critican que la mayoría de los estudiantes carece de estímulos y es demasiado exigente con el material de lectura,

investiga poco, no es consciente de los esfuerzos que conlleva la profesión y concibe el periodismo solo como una posibilidad para alcanzar la fama. (Gehrke et al., 2016)

El avance de la tecnología, en especial, en el ámbito de la comunicación, obliga a los medios a evolucionar constantemente para no morir en un escenario marcado por una serie de transformaciones y cambios mediáticos que han afectado al periodismo como profesión y a los medios de comunicación, proceso que ha generado estudios de todo orden. En cuanto al contexto, los primeros medios digitales fueron: Ecuador Inmediato y Ciudadanía Informada; ambos nacieron en el 2004, según Rivera (2007) de CIESPAL. Los medios de comunicación de Ecuador no compiten, en cuanto a producción, con las cadenas mediáticas internacionales. No por sus capacidades, sino porque se ha relegado toda producción local a un plano inferior. (Punín et al., 2014)

Medios televisivos

“La historia de la televisión en Ecuador comienza en 1959 con el canal HCJB-TV, es un canal financiado por la Iglesia evangélica de EEUU, cuyo objetivo era evangelizar a través de los medios y los servicios de salud. En la década de los sesenta, surgieron las cadenas RTS, Ecuavisa y la Cadena Ecuatoriana de Televisión. En 1974, Teleamazonas introdujo la televisión a color en Ecuador”. Su instrucción no fue sencilla, pero una vez consolidada esta se convirtió en uno de los medios de comunicación más popular y de mayor influencia en todo el país, cuyo alcance sigue siendo alto y rentable (Jiménez, 2019).

A continuación, se detalla la definición y la importancia de estos medios hacia el público, como también se dará a conocer cuáles son los más importantes, ya sea por rating o popularidad.

Definiciones

La televisión es un medio de comunicación tradicional que permite la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia. Nos acerca al mundo, nos permite conocer lugares, culturas, tradiciones y una infinidad de nuevos conocimientos, a través de los distintos contenidos que se presentan a la audiencia. A pesar del avance tecnológico y la implementación de nuevas formas de transmitir la noticia, la televisión sigue siendo uno de los medios más utilizados del mundo actualmente. (Palabra et al., 2016)

Importancia

“En Ecuador, la televisión es el medio de comunicación que mayor importancia tiene dentro de los hogares, tanto que se la podría considerar como un elemento de socialización que actúa sobre la masa de usuarios. Según datos arrojados por la Superintendencia de Telecomunicaciones del Ecuador (2015) 9 de cada 10 personas consideran que la función de la televisión es informar; y 1 de cada 10, entretener y educar. Desde esta perspectiva del usuario, la televisión es un factor que contribuye al conocimiento y la recreación”. (Palabra et al., 2016)

A continuación, se detalla los principales medios televisivos del país, ordenados cronológicamente según su fecha de creación.

Cuadro 5

Medios televisivos en el Ecuador

Fecha de creación	Nombre del canal	Constitución
1 de marzo de 1967	Ecuavisa	Privado
30 de mayo de 1969	TC Televisión	Privado (incautado desde 2008)
22 de febrero de 1974	Teleamazonas	Privado
18 de abril de 1977	Gamavisión	Privado (incautado desde 2008)

6 de noviembre de 1992	Canal UNO	Privado
3 de noviembre de 1993	Telerama	Privado
10 de enero de 2005	RTU	Privado
26 de octubre de 2007	ECTV	Publico

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2022)

En 2014, el Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL) cataloga a todos estos canales como los más populares y de mayor rating a nivel nacional entre la audiencia.

La Ley obliga a los medios de comunicación a identificar el tipo de contenidos audiovisuales en informativos, de opinión, educativos, de entretenimiento, deportivos, y publicitarios. El artículo 65 describe la clasificación de audiencias y franjas horarias en la televisión. Se identifica la *franja familiar*, de 06h00 a 18h00, en la que se puede transmitir programas únicamente de clasificación A (apto para todo público); *responsabilidad compartida*, de 18h00 a 22h00, aquí se puede transmitir programas de clasificación A y B (apto para menores con la vigilancia de un adulto); y la franja de *adultos*, desde las 22h00 a 06h00, con programas de clasificación A, B y C (adultos). (Palabra et al., 2016)

Cuadro 6

Clasificación de contenidos en los medios de comunicación

Clasificación	Teleamazonas	Ecuavisa	RTS	Canal UNO	ECTV	TC Televisión	GAMA TV
A	71%	36%	25%	23%	63%	25%	39%
B	29%	64%	75%	77%	37%	75%	61%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: (Consejo de Comunicación, 2020)

Medios Tradicionales vs Medios Digitales

El rápido y exitoso debut en los últimos años de las llamadas redes sociales ha encendido las alarmas en los medios de comunicación tradicionales. El nuevo fenómeno de las redes sociales suma audiencias millonarias, incrementa su publicidad, logra la personalización de los usuarios y rompe con algunas de las barreras de las viejas organizaciones mediáticas. Este nuevo medio de comunicación se cuela ya en las pantallas de millones de internautas como una de las principales fuentes de entretenimiento e información. (Freire, 2008)

Los niveles de aceptación hacia los medios de comunicación tradicionales han variado en los últimos años debido al impacto que Internet ha provocado en la sociedad y, más aún, en las nuevas generaciones, para ser más específicos en los denominados “nativos digitales”; cuya iniciación en la comunicación no requirió preparación académica alguna, sino la iniciativa con respecto a la creatividad al momento de comunicar o entretener al público en general, con ayuda solamente de dispositivos tan simples como la computadora o teléfono móvil. (Velasquez y Guaman, s.f.)

Esto ha llevado a las industrias tradicionales como la televisión o el periódico a reinventarse o adaptarse a las nuevas tendencias tecnológicas, lo cual ha resultado muy complicado; las personas no pagan por una suscripción a noticias web. Esto debido a la información segregada y dispersa por las redes sociales cuyo propósito es la publicación inmersiva y continua; tales como Twitter y TikTok.

Medios digitales en crecimiento en el Ecuador

El panorama de la propiedad en los medios de comunicación en Ecuador está marcado por dos corrientes de dominio mediático: la primera de reciente consolidación, que son los medios públicos que cuentan con el soporte del aparato burocrático del país. Por otro lado,

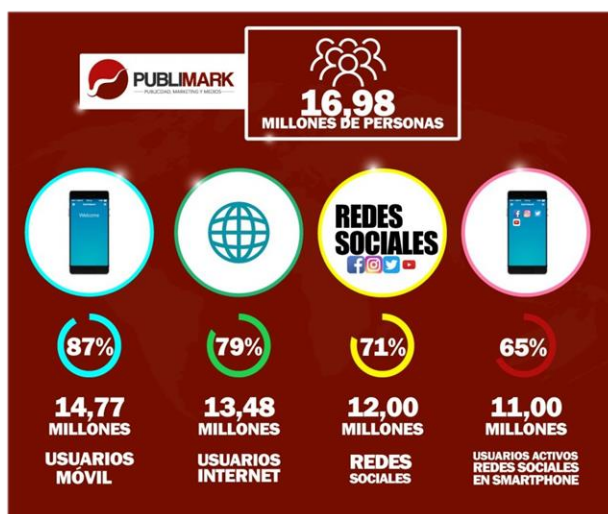
los medios privados, debilitados por una serie de reformas legales y por una administración discrecional de la cuota publicitaria gubernamental.

Según Rivera (2010) del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), existen ocho medios de comunicación en Ecuador que usan Internet para llegar a sus lectores, bajo el nombre de «Diarios digitales». Los medios de comunicación con mayor número de visitas, seguidores y fans en las redes sociales, hasta noviembre 2012 fueron: Ecuador Inmediato.com, La República.ec, Ecuador en vivo.com, Comfirmado.net, Ciudadanía Informada.com, Infórmate y punto.com. (Punín et al., 2014)

Hasta el momento, el crecimiento de los medios digitales depende de la cantidad de usuarios que se logre llegar, obligando a los mismos a implementar nuevas estrategias de marketing y publicidad.

Ilustración 1

Tecnologías de la Información Utilizadas en Ecuador



Elaborado por: Publimark

Fuente: (Publimark.ec, 2022)

MARCO CIENTÍFICO

El marco científico es importante para saber desde qué perspectiva se realizará la investigación, con el fin de abrir nuevas áreas en la comprensión y el conocimiento del presente trabajo.

Teoría Estructuralista

La Teoría de la acción comunicativa es una obra del filósofo y sociólogo alemán J. Habermas, que aborda la teoría de la acción y su fundamento racional, a partir de tres pretensiones fundamentales: desarrollar un concepto de racionalidad más allá de los postulados subjetivistas e individualistas de la filosofía y teoría social moderna; elaborar una nueva concepción de la sociedad en dos niveles integrando los paradigmas de sistemas y mundo de la vida; por último, desarrollar una teoría crítica de la modernidad buscando las respuestas necesarias para retomar su proyecto original. (Garrido, 2011)

Esta teoría se relaciona de manera objetiva con el tema de investigación, porque busca respuestas con respecto a la falta de cobertura a eventos deportivos en Guaranda, intentando entender la acción negativa de los medios de comunicación y desarrollar una crítica que permita obtener respuestas, mediante el fundamento racional de los habitantes.

Foucault introduce el concepto de dispositivo para emprender el análisis del discurso y el poder de influir en los demás. Se ocupa en abordar el análisis de tres grandes instancias o fuerzas a las que denomina instancia del Saber, del Poder y Subjetividad. Estas instancias, señala el autor, vistas a la luz del dispositivo “no poseen en modo alguno contornos definitivos, sino que son cadenas de variables relacionadas entre sí”. El sujeto, para Foucault, no es ajeno a la constitución del discurso, sino que, como lo formula al inicio del Orden del Discurso (1980), “si el discurso consigue algún poder, es de nosotros de quien lo obtiene. (Antezana, 2007)

En este caso en particular, para que la cobertura en deportes pueda ser tomada en serio, se debe mejorar el discurso y la forma de comunicar a las personas; el poder del mensaje no solo tendrá un efecto positivo hacia los televidentes, sino que también tendrá un impacto en los medios de comunicación locales.

Saussure define el "habla" como el acto del individuo que realiza su facultad de lenguaje por medio de la convención social que es la lengua. Considera que el habla es una ejecución individual de la lengua, un acto individual de voluntad e inteligencia en el que Saussure distingue: las combinaciones de los elementos del sistema que hace el sujeto hablante para expresar su pensamiento individual. Saussure se refiere a la creatividad del hablante y el mecanismo psicofísico que le permite exteriorizar estas combinaciones. Históricamente el hecho de habla precede siempre. La lengua materna se aprende escuchando hablar a otros, y es el habla que hace evolucionar a la lengua. (Bigot, s.f.)

El aporte de Saussure ayuda a entender como ser creativos al momento de enviar un mensaje o recibirlo, en este caso, al momento de realizar las encuestas fue muy importante la estructura de la pregunta y el mensaje de esta, que ayuda al encuestado a entender la información y la respuesta que se necesita. En tal caso el mensaje no solo se trata de escribir una frase, sino en darle sentido y continuidad.

Jakobson plantea el modelo de la teoría de la comunicación. Según este modelo el proceso de la comunicación lingüística implica seis factores constitutivos que lo configuran o estructuran.

- El emisor corresponde al que emite el mensaje
- El receptor recibe el mensaje, es el destinatario
- El mensaje es la experiencia que se recibe y transmite con la comunicación

Pero para que el mensaje llegue del emisor al receptor se necesita además de:

El código lingüístico que consiste en “un conjunto organizado de unidades y reglas de combinación propias de cada lengua natural”

El canal, que permite establecer y mantener la comunicación entre emisor y receptor.

Este modelo permite establecer seis funciones esenciales del lenguaje inherentes a todo proceso de comunicación lingüística y relacionada directamente con los seis factores mencionadas en el modelo anterior. (Vargas, 2014)

Por lo tanto, las funciones del lenguaje son: emotiva, conativa, referencial, metalingüística y fática.

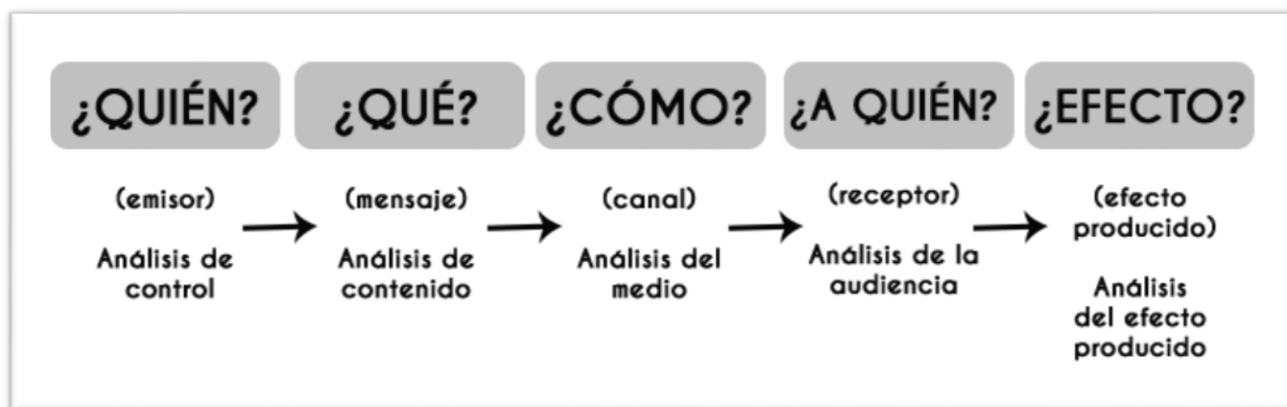
En este caso, tanto la teoría de la comunicación y las funciones del lenguaje forman parte esencial en este trabajo, ya que, al momento de recolectar la información mediante encuestas, tanto el encuestador, el encuestado y la pregunta; forman parte de los factores anteriormente mencionados de la teoría de comunicación. Cuyo enfoque es encontrar la opinión de los ciudadanos con respecto a la cobertura deportiva, cumpliendo también con las cinco funciones del lenguaje por medio de la comunicación escrita.

Teoría Funcionalista

Harold Lasswell propuso un Modelo Superador de la Teoría Hipodérmica, con el cual establecía que un Acto de Comunicación debía responder las siguientes preguntas:

Ilustración 2

Elementos Fundamentales de la Comunicación según Lasswell



Elaborado por: Lifeder

Fuente: (Lifeder, 2022)

El estudio científico del proceso de comunicación tiende a concentrarse en una u otra de tales preguntas. Los eruditos que estudian el «quién», el comunicador, contemplan los factores que inician y guían el acto de la comunicación. Llamamos a esta subdivisión del campo de investigación análisis de control. Los especialistas que enfocan el «dice que» hacen análisis de contenido. Aquellos que contemplan principalmente la radio, la prensa, las películas y otros canales de comunicación, están haciendo análisis de medios. (Gilli, 1985)

Con respecto a la teoría hipodérmica, se considera que su estructura está representada tanto en la encuesta de la investigación, como también al momento de transmitir una noticia. Se puede observar que las preguntas tratan de dar una explicación de forma interrogativa, para detallar cómo funciona la comunicación en los medios, dicha tarea solamente podrá ser realizada en la práctica de campo, ya que es la única forma de poder unir al emisor y su audiencia; como también el contenido y el efecto de este, que puede ser positivo o negativo.

MARCO CONCEPTUAL

Comunicación

El lenguaje es la herramienta que posibilita al hombre realizar o expresar sus ideas, pensamientos, sentimientos y que se materializa a través de signos verbales produciendo la comunicación.

El lenguaje y la comunicación están muy relacionados entre sí, donde el lenguaje aplica los signos y la comunicación se vale de diferentes elementos donde se configura los signos lingüísticos. Para que se configure la comunicación este debe de ir dentro de un contexto adecuado en donde el lenguaje se aplique como un mensaje claro (Gómez, 2016).

Para María del Socorro Fonseca, comunicar es "llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes".

Periodismo

El periodismo es una actividad profesional que, en general, incluye la obtención, procesamiento, interpretación, redacción y difusión de información a través de noticias, radio, televisión, Internet y otros medios.

Rivadeneira agrega a su definición que el periodismo es la parte de la comunicación humana que está “destinada a la transmisión de noticias cuyas características esenciales son: universalidad, periodicidad y acceso público” (Rivadeneira, 1988).

Por su parte Eric Hodgins, citado por Bond, dice que “periodismo es llevar la información de aquí y allá, con precisión, perspicacia y rapidez, y en forma tal que se respete la verdad, y así, lenta, aunque no inmediatamente, se vuelva más evidente”. En ese mismo texto, Bond señala la

definición dada por Leslie Stephens, quien afirma que “el periodismo consiste en escribir a sueldo sobre los asuntos que se ignoran”.

Periodismo Deportivo

El periodismo deportivo sobresale como una modalidad informativa de alto impacto social por la universalidad de la materia abordada y, al mismo tiempo, por su gran arraigo internacional. Esta área informativa atraviesa por un momento de expansión con el nacimiento en los últimos años de nuevos medios de comunicación especializados en los diferentes soportes, y con ello también una transformación en su estructura. Este campo periodístico se ha convertido en un terreno innovador y de extraordinario dinamismo, caracterizado por su continua exploración de nuevas formas de contar historias aprovechando las nuevas tecnologías digitales. Este artículo analiza algunas de las últimas tendencias en periodismo deportivo, que están llamadas a mostrar el camino para los años venideros, como son las nuevas narrativas multimedia e interactivas y los textos informativos de largo formato (Apesteguía y Pina, 2013).

Tratamiento informativo

Según Núñez (1995), el tratamiento informativo es aquella función del periodista que está en constante evolución con los hechos sociales, ya que es el agente dispuesto para informar utilizando un adecuado uso de los medios y herramientas comunicativas, los ordena en el espacio o en el tiempo, con la aplicación de ciertas reglas para la transmisión de los mensajes, el tratamiento informativo debe basarse en principios de veracidad, pluralidad, imparcialidad, precisión, utilidad y aplicabilidad, concretado a un estilo creativo de ingenio y personalidad. (p.45)

Alpino y Bracho (1997), afirman que el tratamiento informativo “exige la presentación de la toda información de un hecho o acontecimiento con los datos que la contemplan”. Para ello, priva la jerarquización de los elementos del acontecimiento sobre el cual se informa; con el

objetivo de atraer la atención del lector, ofreciéndole lo más importante del hecho, no permite la inclusión de juicios (p. 35).

MARCO LEGAL

Para el desarrollo de la investigación se han considerado las herramientas necesarias que validen y den sustento legal a la misma, como la Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Nacional Constituyente, 2008) y la Ley Orgánica de Comunicación (Asamblea Nacional del Ecuador [ANE], 2013).

Constitución de la República del Ecuador 2008

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- 1.** Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- 2.** El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- 3.** La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- 4.** El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

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

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

Ley Orgánica de Comunicación

Título II

Principios y derechos

Capítulo I

Principios

Art. 13.- Principio de participación. - Las autoridades y funcionarios públicos, así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

Art. 16.- Principio de transparencia. - Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

Capítulo II

Derechos a la comunicación

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. - Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. - Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

Capítulo IV

Regulación de Contenidos

Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. - Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

Informativos -I;

De opinión -O;

Formativos/educativos/culturales -F;

Entretenimiento -E;

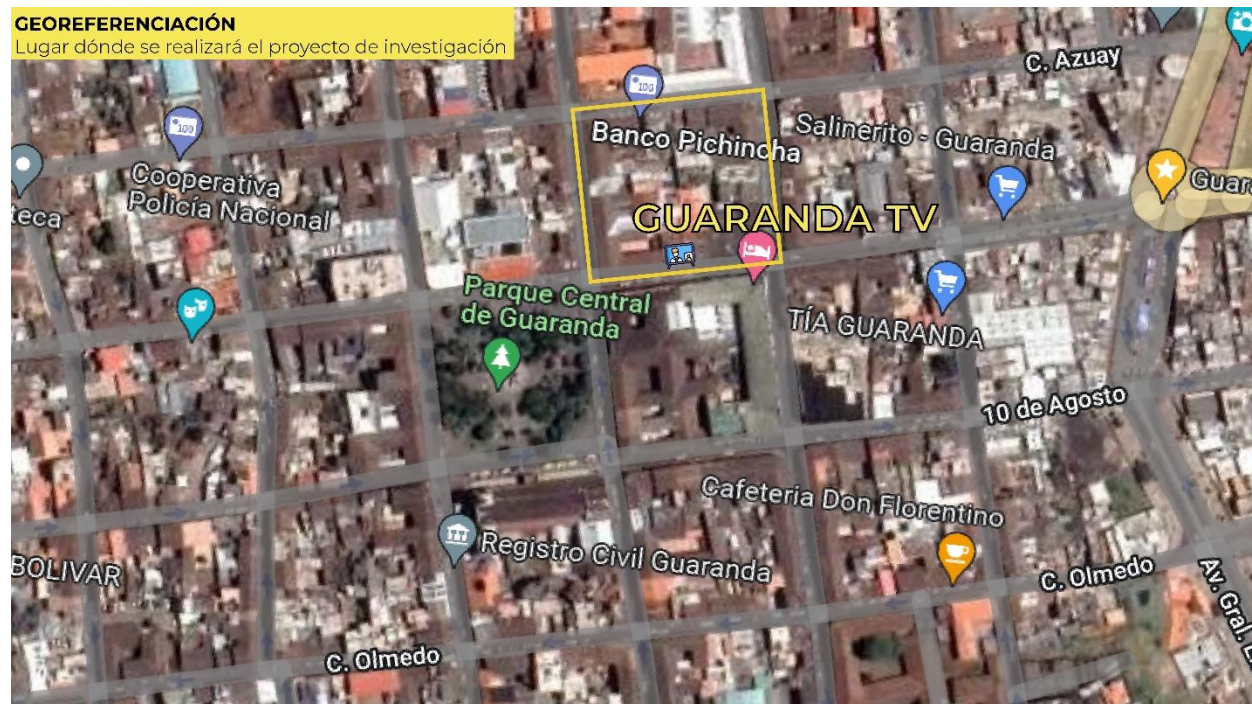
Deportivos -D; y,

Publicitarios -P.

GEOREFERENCIAL

Ilustración 3

Mapa del lugar de estudio



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: (Google Maps)

La presente investigación abarca como campo de estudio al medio de comunicación Guaranda TV, ubicado en la calle García Moreno, entre Convención de 1884 y 7 de Mayo, a media cuadra del parque “El Libertador”, perteneciente al cantón Guaranda, provincia Bolívar.

El medio televisivo está ubicado en segundo piso del edificio administrativo de GAD de Guaranda.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Este apartado establece un flujo metodológico adecuado que tiene como objetivo llegar a los resultados planteados en la investigación basados en leyes y principios científicos previamente estudiados y probados.

Tipo de investigación

El presente trabajo utiliza una investigación exploratoria, descriptiva, transversal no experimental.

Exploratoria: Explora de manera inicial el tratamiento de la información deportiva en el canal de señal abierta Guaranda TV y el impacto de la opinión pública, tópico del cual hay muy poca información y representa una puerta de investigación para la comunicación.

Descriptiva: Describe a través de encuestas y entrevistas las necesidades del consumo informativo deportivo de la audiencia y las falencias y necesidades del medio para la producción de estos espacios.

Transversal: Contiene información obtenida en el periodo julio-diciembre 2021.

No experimental: No se busca realizar la creación de algo no existente, sino crear un programa piloto tomando de ejemplo los espacios deportivos de medios nacionales reconocidos.

Enfoque de la investigación

El presente proyecto contará con un enfoque Cualitativo-cuantitativo, pues será dirigido a través de encuestas y entrevistas.

Métodos

Se utiliza una metodología cuantitativa con un diseño que incluye un proceso ordenado de pasos que tienen como finalidad analizar el tratamiento de la información deportiva en el canal de señal abierta Guaranda TV.

Técnicas e instrumentos de investigación

Encuesta

Dicha encuesta está direccionada hacia los habitantes de la ciudad de Guaranda espectadores directos del canal de señal abierta Guaranda TV. Este proceso permitirá evaluar la opinión pública y su impacto en el tratamiento de la información deportiva.

Entrevista

Las entrevistas están dirigidas al gerente del medio de comunicación Guaranda Tv y al periodista especializado en información deportiva Teo Pozo. Estos acercamientos permitirán contemplar un panorama claro de la situación para posteriormente plantear soluciones que ayuden a cumplir los objetivos de la investigación.

Universo, población y muestra

De acuerdo con el último censo de población y vivienda del instituto nacional de estadísticas y censos, el cantón Guaranda cuenta con 30.000 habitantes.

Como se sabe la cantidad de la población universo se procede a obtener la muestra por medio de la fórmula muestral para poblaciones finitas la cual se detalla a continuación:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

Cuadro 7

Formula de aplicación para muestra de encuestas

Parámetro	Valor
N*	Tamaño de la población
N	Tamaño de la muestra
Z	Nivel de confianza. Constante (1.96)
p	Proporción de individuos que posee la característica de estudio (0.5)
Q	Proporción de individuos que no posee la característica de estudio (0.5)
D	Margen de error aceptado (5% = 0.05)

$$n = \frac{30.000 * (1.96)_{\alpha}^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (30.000 - 1) + (1.96)_{\alpha}^2 * 0.05 * 0.5}$$

$$n = 382.31$$

La muestra adecuada de acuerdo con respaldo estadístico es de 382 ciudadanos de Guaranda.

Procesamiento de la información

Los datos serán tabulados en las hojas de cálculo de Microsoft Excel 2019 y procesados con el Software IBM SPSS 25.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis e interpretación de resultados del público

1. Género

Tabla 1

Distribución de frecuencias de la variable género

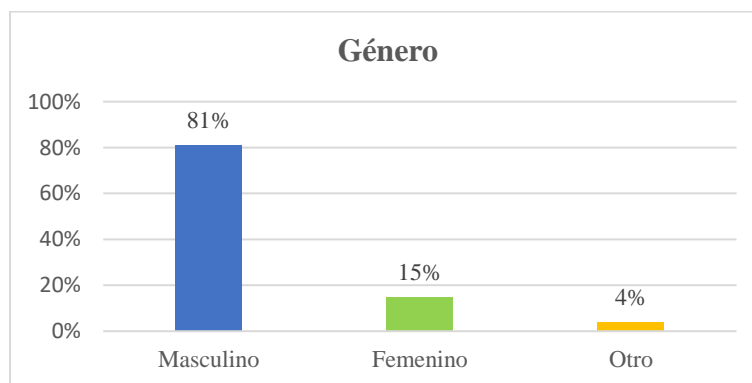
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	307	81%
Femenino	58	15%
Otro	17	4%
Total	382	100%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Encuesta Google Forms

Figura 1

Gráfico de barras de la variable género



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Tabla 1

Análisis e interpretación: el análisis descriptivo de la variable género destacó que el 81% de los ciudadanos encuestados fueron de género masculino seguido de un 15% pertenecientes al género femenino y el restante 4% se ubicaron en la categoría otro. Aquí evidenciar que la mayor afición deportiva en la ciudad es masculina.

2. Edad

Tabla 2

Distribución de frecuencias de la variable edad

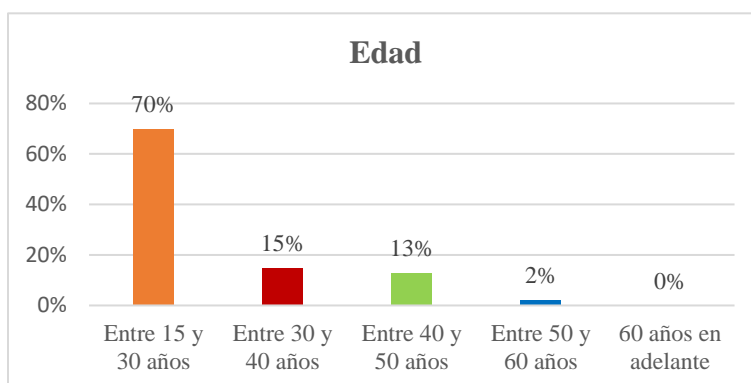
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Entre 15 y 30 años	266	70%
Entre 30 y 40 años	58	15%
Entre 40 y 50 años	50	13%
Entre 50 y 60 años	8	2%
60 años en adelante	0	0%
Total	382	100%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Encuesta Google Forms

Figura 2

Gráfico de barras de la variable edad



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Tabla 2

Análisis e interpretación: en cuanto a la variable edad se encontró que la gran parte de guarandños encuestados el 70% se concentraron en la edad de entre 15 y 30 años, el 15% presentaron edades de entre 30 y 40 años y tan solo el 2% fueron de entre 50 y 60 años. En esta pregunta se demuestra que jóvenes entre los 15 y 30 años son quienes más siguen el ámbito deportivo.

3. ¿Cuántas horas al día ve televisión?

Tabla 3

Distribución de frecuencias de la variable ¿Cuántas horas al día ve televisión?

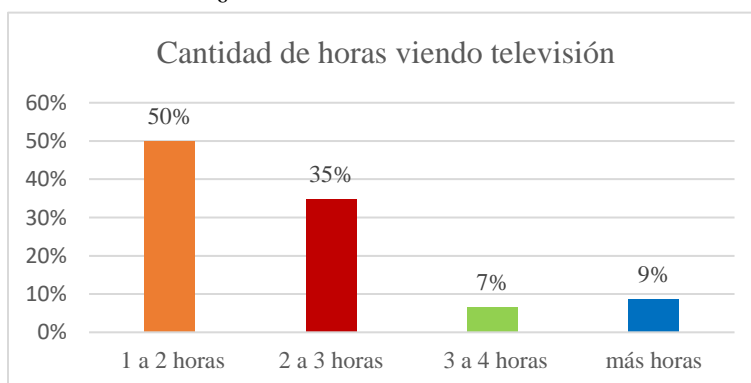
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 horas	191	50%
2 a 3 horas	133	35%
3 a 4 horas	25	7%
más horas	33	9%
Total	382	100%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Encuesta Google Forms

Figura 3

Gráfico de barras de la variable ¿Cuántas horas al día ve televisión?



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Tabla 3

Análisis e interpretación: para la pregunta referente al uso del tiempo de televisión los resultados arrojaron que el 50% de los guarandños considerados en el estudio admitieron pasar de 1 a 2 horas viendo televisión, seguido por un 35% de televidentes que invierten de 2 a 3 horas. Por otro lado, un 7% de ciudadanos afirmaron ver más de 3 a 4 horas de televisión y un 9% de ellos llegó a responder que utiliza más de 4 horas en la televisión.

4. ¿Conoce usted el medio televisivo Guaranda TV?

Tabla 4

Distribución de frecuencias de la variable ¿Conoce usted el medio televisivo Guaranda TV?

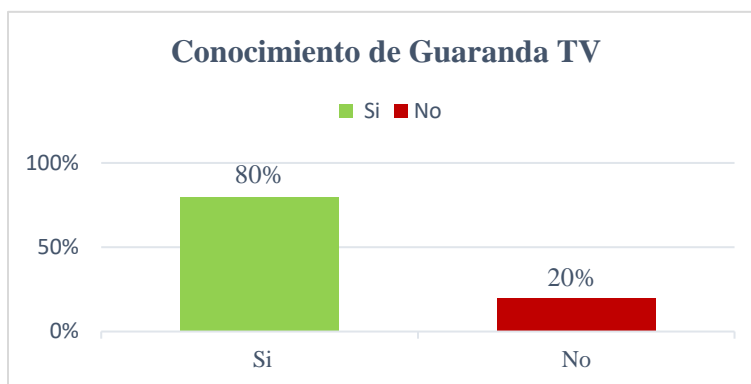
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	307	80%
No	75	20%
Total	382	100%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Encuesta Google Forms

Figura 4

Gráfico de barras de la variable ¿Conoce usted el medio televisivo Guaranda TV?



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Tabla 4

Análisis e interpretación: al investigar sobre si los ciudadanos estaban al tanto de la existencia del medio televisivo Guaranda TV se descubrió que el 80% sabía sobre el canal mientras que el 20% no tenía conocimiento sobre este. La ciudadanía en su mayoría tiene conocimiento del canal Guaranda TV.

5. ¿Qué tipo de programación prefiere ver usted?

Tabla 5

Distribución de frecuencias de la variable ¿Qué tipo de programación prefiere ver usted?

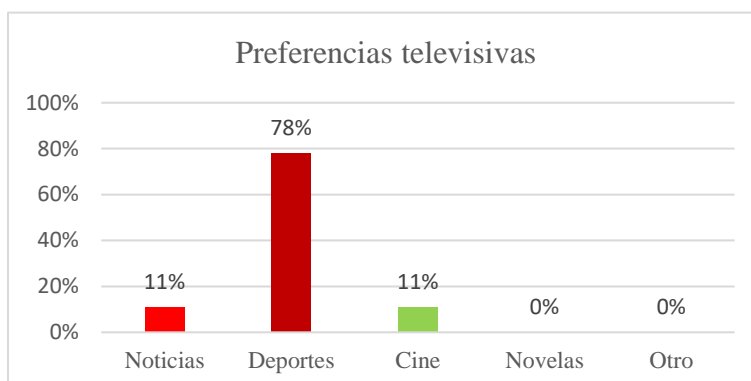
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	42	11%
Deportes	298	78%
Cine	42	11%
Novelas	0	0%
Otro	0	0%
Total	382	100%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Encuesta Google Forms

Figura 5

Gráfico de barras de la variable ¿Qué tipo de programación prefiere ver usted?



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Tabla 5

Análisis e interpretación: al abordar las temáticas televisivas preferidas por los espectadores se determinó que el 78% de ellos se inclinaban hacia contenidos deportivos y un 11% tanto a noticias como a cine. Gran parte de la población Guarandña son seguidores de contenidos deportivos.

6. ¿Ha evidenciado usted programas deportivos en el medio televisivo Guaranda TV?

Tabla 6

Distribución de frecuencias de la variable ¿Ha evidenciado usted programas deportivos en el medio televisivo Guaranda TV?

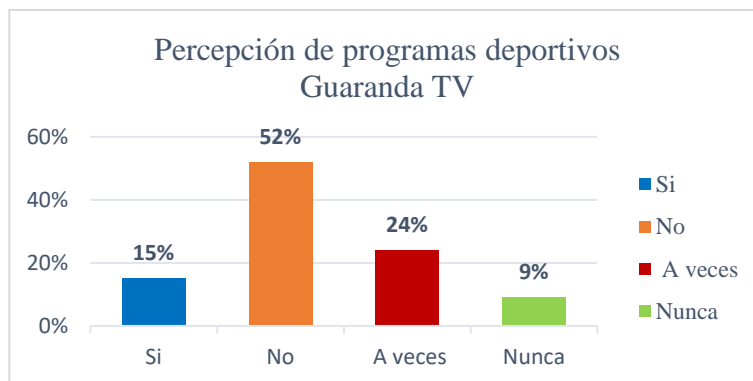
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	58	15%
No	199	52%
A veces	92	24%
Nunca	33	9%
Total	382	100%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Encuesta Google Forms

Figura 6

Gráfico de barras de la variable ¿Ha evidenciado usted programas deportivos en el medio televisivo Guaranda TV?



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Tabla 6

Análisis e interpretación: de acuerdo con la información recabada de los 382 guarandeños el 52% de ellos respondió no haber presenciado programas deportivos en Guaranda TV, 24% dijo que a veces observaron contenido deportivo, 15% afirmó que si evidenció programas deportivos en el canal Guaranda TV y un 9% nunca vio tal contenido. Esta interrogante demuestra que el medio tiene escasos contenidos de información deportiva.

7. ¿Qué programas deportivos le gustaría ver con mayor frecuencia en la televisión local?

Tabla 7

Distribución de frecuencias de la variable ¿Qué programas deportivos le gustaría ver con mayor frecuencia en la televisión local?

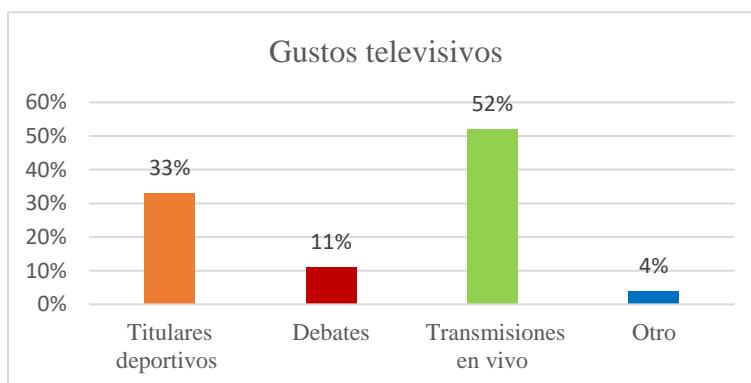
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Titulares deportivos	125	33%
Debates	42	11%
Transmisiones en vivo	199	52%
Otro	16	4%
Total	382	100%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Encuesta Google Forms

Figura 7

Gráfico de barras de la variable ¿Qué programas deportivos le gustaría ver con mayor frecuencia en la televisión local?



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Tabla 7

Análisis e interpretación: de acuerdo con las preferencias televisivas de los guarandeños del estudio al 52% le gustaría las transmisiones en vivo, al 33% los titulares deportivos, al 11% debates y un 4% otro tipo de entretenimiento. En este apartado se evidencia la inclinación de los televidentes por transmisiones en vivo de programas y encuentros deportivos.

8. ¿Cómo califica la calidad de información deportiva que difunde el medio Guaranda TV?

Tabla 8

Distribución de frecuencias de la variable ¿Cómo califica la calidad de información deportiva que difunde el medio Guaranda TV?

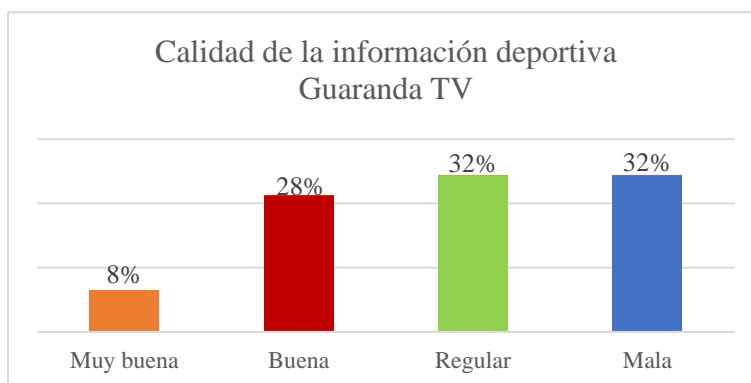
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	32	8%
Buena	106	28%
Regular	122	32%
Mala	122	32%
Total	382	100%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Encuesta Google Forms

Figura 8

Gráfico de barras de la variable ¿Cómo califica la calidad de información deportiva que difunde el medio de Guaranda?



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Tabla 8

Análisis e interpretación: en el diagrama se aprecia que un 28% de encuestados categorizaron como buena a la calidad de información deportiva que difunde el canal Guaranda TV y otro 32% la calificaron como regular. Un 32% respondieron que el contenido de Guaranda TV es malo y tan solo el 8% dijo que era muy bueno. Gran parte de los encuestados dan a conocer que no existe una buena información deportiva en el medio.

9. ¿Cree Ud. que el medio Guaranda Tv le da la importancia respectiva a la información deportiva local y nacional?

Tabla 9

Distribución de frecuencias de la variable ¿Cree Ud. que el medio Guaranda TV le da la importancia respectiva a la información deportiva local y nacional?

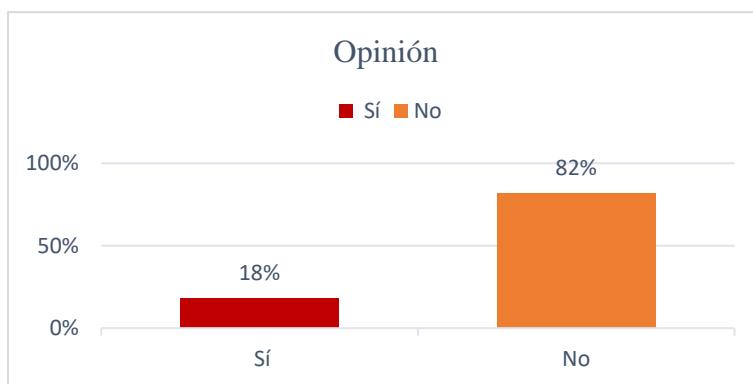
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Sí	66	18%
No	316	82%
Total	382	100%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Encuesta Google Forms

Figura 9

Gráfico de barras de la variable ¿Cree Ud. que el medio Guaranda TV le da la importancia respectiva a la información deportiva local y nacional?



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Tabla 9

Análisis e interpretación: al contrarrestar opiniones sobre la importancia que Guaranda TV le da a la información deportiva, los ciudadanos respondieron en su mayoría con un 82% que no existe tal importancia y un 18% manifestó que si se destaca el contenido deportivo. Los ciudadanos encuestados hacen notar que el canal no da el interés que merecen los acontecimientos deportivos que se desarrollan dentro y fuera de la ciudad.

10. ¿Cómo televidente le gustaría que se incluyan información y transmisiones deportivas sobre el ámbito local?

Tabla 10

Distribución de frecuencias de la variable como televidente ¿Le gustaría que se incluya información y transmisiones deportivas sobre el ámbito local?

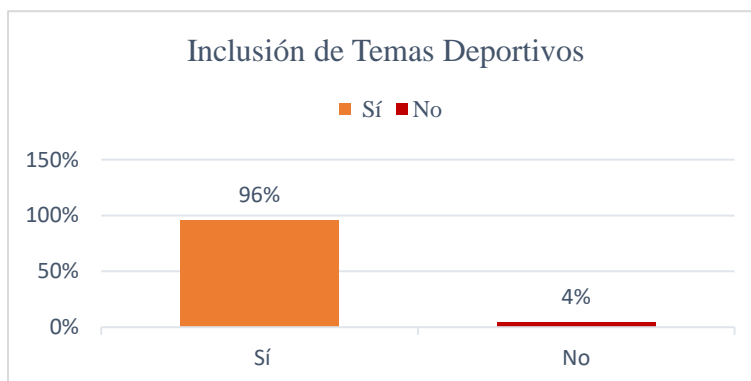
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Sí	365	96%
No	17	4%
Total	382	100%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Encuesta Google Forms

Figura 10

Gráfico de barras de la variable como televidente ¿Le gustaría que se incluyan información y transmisiones deportivas sobre el ámbito local?



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Tabla 10

Análisis e interpretación: el estudio arrojó que el 96% de los encuestados afirmó que le gustaría que se incluya contenido y transmisiones deportivas locales en el medio televisivo Guaranda TV. La colectividad guarandeña desea observar contenidos y transmisiones deportivas en el canal.

11. ¿Qué tipos de contenidos deportivos ha evidenciado que se transmite en el medio televisivo Guaranda TV?

Tabla 11

Distribución de frecuencias de la variable ¿Qué tipo de contenidos deportivos ha evidenciado que se transmite en el medio televisivo Guaranda TV?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Cápsulas informativas	133	35%
Análisis	66	17%
Opinión	58	15%
Ninguno	125	33%
Total	382	100%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Encuesta Google Forms

Figura 11

Gráfico de barras de la variable ¿Qué tipo de contenidos deportivos ha evidenciado que se transmite en el medio televisivo Guaranda TV?



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Tabla 11

Análisis e interpretación: Como una manera de describir la percepción de la gente en cuanto a la información deportiva de Guaranda TV se encontró que el 35% visibilizó cápsulas informativas, el 33% no evidenció ningún contenido deportivo, el 17% respondió haber visto análisis deportivos y el 15% opiniones deportivas. A más de la capsulas informativas que se transmiten rara vez en los noticieros, no se evidencias más contenidos deportivos en el canal.

12. ¿Cuánto tiempo le dedicaría a ver programación deportiva?

Tabla 12

Distribución de frecuencias de la variable ¿Cuánto tiempo le dedicaría a ver programación deportiva?

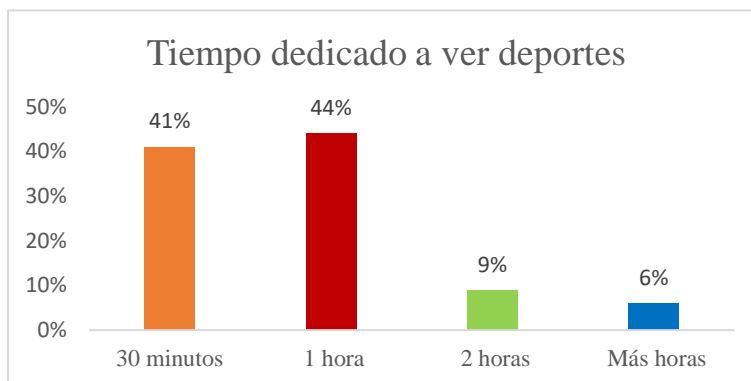
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
30 minutos	158	41%
1 hora	166	44%
2 horas	33	9%
Más horas	25	6%
Total	382	100%

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Encuesta Google Forms

Figura 12

Gráfico de barras de la variable ¿Cuánto tiempo le dedicaría a ver programación deportiva?



Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: Tabla 12

Análisis e interpretación: según el análisis exploratorio de las encuestas el 44% de los guarandños dedicarían 1 hora a disfrutar de la programación deportiva, 41% estarían dispuestos a invertir 30 min, el 9% disfrutaría más de 2 horas de contenido deportivo y el 6% dedicaría más de 6 horas. Los espectadores dispondrían de un tiempo entre 30 minutos y 1 hora para disfrutar de contenido deportivo.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir del análisis exploratorio respaldado en las encuestas y entrevistas realizadas a una muestra representativa de los guarandeños. En este contexto, luego de consolidar las respuestas de estos dos instrumentos de recolección de datos se determinó de primera mano algunos aspectos sociodemográficos como el género 81% masculino, 15% femenino y un 4% otro; también la edad en donde el 70% de los encuestados presentaron un rango de edad entre 15 y 30 años, un 15% entre 30 y 40 años y un 2% entre 50 y 60 años.

Por otro lado, en las preguntas orientadas al conocimiento de actividades y entretenimiento se visibilizó que el 50% de encuestados mantienen un horario de 1 a 2 horas para ver televisión, 35% de 2 a 3 horas, 7% más de 3 a 4 horas y un 9% más de 4 horas de tiempo frente a la pantalla. Asimismo, al cuestionar el conocimiento de los televidentes sobre el medio televisivo Guaranda TV el 80% respondió estar familiarizado con el canal contrario al 20% que aseguró no conocer del medio.

En cuanto a las preferencias televisivas el 78% de los guarandeños parte del estudio manifestó disfrutar en mayor medida de contenidos deportivos mientras que un 11% prefiere ver contenido relacionado con noticias y cine.

Esta información es congruente con lo obtenido en las encuestas ya que el 52% respondió no haber presenciado programas deportivos en el medio televisivo Guaranda TV, 24% dijo que a veces observaron contenido deportivo, 15% afirmó que si hay deportes y un 9% nunca vio tal contenido. Con base en este tópico deportivo se profundizó la manera en que al televidente le gustaría recibir este tipo de contenido a lo que la gente respondió con un 52% transmisiones en vivo, 33% titulares deportivos, 11% debates y un 4% otro tipo de entretenimiento. Estas son varias

de las consideraciones que podría tomar en cuenta Guaranda TV con miras a perfeccionar su visión y aumentar su público televidente pues en cuanto a calidad un 33% de los ciudadanos la categorizaron como buena, otro 33% como regular, un 28% como malo y tan solo un 6% dijo que era muy bueno.

A pesar de que un 82% de encuestados se considera que no existe importancia del deporte en Guaranda TV y sólo un 18% manifestó que si se apoya el contenido deportivo es preciso destacar que la gerente del canal ratificó que se planea implementar un programa con contenido deportivo local, regional e internacional pues considera que es una de las necesidades del canal que deben ser cubiertas, siendo así una gran noticia para el 96% de los ciudadanos que apoya la inclusión de este tipo de contenido.

En este apartado Zion et al. (2011) hace énfasis en que los seres humanos tienen una fuerte propensión al deporte desde tiempos inmemoriales. Mujeres y hombres pertenecientes a todos y cada uno los estratos de la sociedad siempre han sido atraídos por varios tipos diferentes de juegos y deportes.

DATOS OBTENIDOS EN LAS ENTREVISTAS

Entrevista realizada a la Lic. María José Vega, gerente general de Guaranda TV el 05 de julio del 2022.

P.- ¿Cuáles son los criterios con los que se construye la agenda informativa del medio?

R.- Los criterios son de acuerdo con la realidad que acontece, la realidad nacional y en este caso la realidad local, entonces nosotros nos basamos en el criterio primero de ser un medio de comunicación responsable que da distintas miradas del acontecer noticioso, pues a pesar de que nosotros dependemos de la alcaldía de Guaranda nosotros también buscamos no solo información de la actual administración sino también información de otras instituciones para que alimenten nuestras noticias diarias.

P.- ¿Bajo qué criterio editorial se seleccionan los contenidos de la programación del canal?

R.- Es imparcial, nosotros no solo nos debemos al alcalde o a la administración actual sino también tenemos esa independencia, por eso somos empresa pública. Entonces el equipo tiene que ver distintas miradas tanto de la ciudadanía como de las instituciones públicas para poder obtener ese criterio editorial, mismo que siempre se ha enmarcado en la imparcialidad, en la verdad del acontecimiento y contrastar la información que se tiene.

P.- ¿Dentro de la agenda informativa del Guaranda Tv están considerados temas inherentes al que hacer deportivo?

R.- Estoy recién dos meses en funciones, hemos tenido algunos problemas de carácter técnico; se nos quemó el TriCaster; tenemos dañadas algunas cámaras, estamos ya solicitando la reposición de las mismas; como le explico, somos empresa pública pero no tenemos recursos, todo depende del Municipio y dentro de eso uno tiene que hacer un sin número de estudios, por ejemplo,

en este momento me encuentro trabajando en un estudio de mercado para que entre al portal de compras públicas y poder adquirir los equipos que requiere el canal. Entonces, recién estamos alimentando la parrilla. Por lo general aquí solo se produce el noticiero, pero ya en esta administración hemos tratado de aumentar esa parrilla y los contenidos. Esta por contemplarse todavía esta cuestión deportiva; esto debido a que tenemos una gran debilidad, que todos los empleados de aquí como dependen del Municipio están bajo el Código del Trabajo y ellos trabajan ocho horas de lunes a viernes, entonces nosotros tenemos esa limitante de personal y de tiempo de los mismos empleados, pues ellos cumplen sus horas de trabajo y se retiran a sus domicilios, no cumplen horas extras porque tampoco existen los rubros para cubrir esas necesidades. Pero la mayor limitante ha sido el personal de trabajo y pese a que en la actualidad se tiene el apoyo de los diferentes pasantes el acontecer deportivo por lo general se desarrolla los fines de semana, por esta razón el medio lo que hace es en Fanpage de Facebook manejanos con notas escritas, pero mas no con producción audiovisual, lo que si queremos tener con el pasar del tiempo es los derechos a las transmisiones de ciertos programas o partidos así como los tienen otro medios de carácter digital, entonces nosotros queremos también queremos implementar estos espacios en el canal. En este momento manejanos el informativo de lunes a viernes, pero no se ha contemplado este tema deportivo que sí puedo decir yo que es una falencia del canal porque estamos en una provincia que desarrollo mucho el deporte; lastimosamente como le mencionaba al desarrollarse los eventos deportivos los fines de semana y al no contar con el personal genera un gran obstáculo para el medio.

P.- ¿Entonces, qué tipo de programación deportiva considera el medio para su audiencia?

R.- En este momento no se cuenta con un programa deportivo de planta para los televidentes, se ha tenido conversaciones con pasantes para la implementación de un segmento dentro del noticiero que sea netamente deportivo porque esto atrae audiencias, por esta razón otros medios digitales como TvSiete, Rs, TelePlus, han incorporado en su parrilla de programación un programa netamente para el deporte, pero no, nosotros todavía no tenemos, está si en estudios para poder sacarlo más adelante y así obtener más audiencia y visualización de contenidos.

P.- ¿Cree usted que la información deportiva influye en los receptores, de ser así por qué no pensar en un programa deportivo con contenidos del quehacer local, regional, nacional e incluso internacional?

R.- Creo que el deporte genera bastante audiencia por esta misma razón es que existen canales a nivel nacional dedicados solamente al ámbito deportivo y tiene un raiting e ingresos económicos, más de lo que produce un noticiero de determinado canal con otros contenidos. Estoy muy consciente de que el deporte influye un montón en los receptores. Como le mencionaba en este momento no contamos con ese espacio de información, pero estamos por implementar eso como una necesidad del canal y del medio en el que nos desenvolvemos también.

P.- ¿El canal tiene convenios con la UEB para prácticas pre-profesionales este podría ser el camino para generar un programa deportivo?

R.- Si sería una gran alternativa, pero al mismo tiempo tiene una limitante y es que los estudiantes tienen solo 120 horas de prácticas, entonces ellos cumplen ya su ciclo y se retiran del medio y cuando vienen nuevos pasantes es un poco complicado debido a las diferentes aptitudes que tienen cada uno de ellos y en muchos de los casos no se puede cumplir la misma planificación creada con los anteriores practicantes.

P.- ¿Cree Ud. que la falta de personal capacitado en el ámbito deportivo influye en el desarrollo de estos programas?

R.- Es un punto que influye demasiado en la comunicación, lastimosamente en el medio solo existen periodistas generales pero en la rama del deporte, incluso ni en la malla curricular de algunas Universidad se le da la importancia que se debe al periodismo deportivo, para que los estudiantes puedan tener más experiencia en locución, redacción, manejo de imágenes deportivas, porque esa es una falencia de muchos chicos practicantes, por ejemplo, si lo le envió hacer una nota deportiva, a veces no saben cómo describir el escenario, o narrar notas deportivas, si es un falencia muy grande en conocimientos deportivos de la mayoría de estudiantes.

En este caso gracias al convenio que existe con la Universidad, se ha podido realizar capsulas informativas talvez sobre el ámbito deportivo, pero como un programa deportivo de planta, no existe.

Entrevista realizada al Lic. Teo Pozo, presentador de deporte de Ecuavisa el 14 de mayo del 2022.

P.- ¿Cuál es su opinión sobre el periodismo deportivo en el país?

R.- El periodismo deportivo ha ido evolucionando conforme también los resultados han llegado en los atletas, es decir, una construcción de la carrera como tal se dio desde que Jefferson Pérez alcanza la medalla de oro en 1996, me parece que es un hecho que pone un precedente muy importante en el periodismo deportivo ecuatoriano porque el país no había ganado nada trascendental en importante previo a este logro que es uno de los más importantes en la historia. Esto nos obliga, a los periodistas y a los comunicadores como tal a prepararnos, a conocer más acerca de diferentes disciplinas, no solo el fútbol sino reglamentos en el atletismo, por ejemplo. Y a mi pe parece que incentiva a muchos jóvenes a ingresar en esta carrera que es el periodismo deportivo, entonces, con este antecedente a mí me parece que después, con la primera clasificación al mundial de la selección y con otros logros deportivos que suscitan en estos años, el periodismo deportivo ecuatoriano crece como tal, se forman asociaciones mucho más estructuradas, organizadas en cada provincia y esto hace que los periodistas también puedan partir con la especialización, que si bien es cierto no es formada en el país debido a que no hay una carrera en sí de periodismo deportivo en las universidades sino hay que seguir primero la carrera de periodista y es ahí donde uno empíricamente se va formando en el periodismo deportivo con su experiencia, con la observación y con el tema de ser un aficionado al deporte toda la vida. Hoy en día, la realidad es distinta y me parece que en esto también a contribuido la tecnología, la globalización y otros factores que han facilitado el fácil acceso a documentos, libros, archivos, videos, información de lo que ocurre en todo el mundo o incluso de la historia como tal de juegos olímpicos, mundiales de fútbol, logros de atletas destacados, entonces, hoy está todo más al alcance de la mano de la

tecnología por la facilidad que tenemos del libre acceso. Me parece que el periodismo deportivo ecuatoriano tiene una nueva generación que con todos los recursos que tienen a la mano si pueden prepararse de una forma más dinámica, pero al mismo tiempo siento que tienen menos cabida para acceder a los medios tradicionales, hoy es mucho más complejo acceder a un medio grande, aunque se está evidenciando la facilidad de tener un medio digital propio, hacer periodismo digital también es más sencillo para estas nuevas generaciones.

P.- ¿Por qué cree que un medio de comunicación debe contar con un espacio de información deportiva?

R.- Primero porque el deporte proyecta valores que se necesitan tener en una sociedad como: la disciplina, la unión, la solidaridad, el culto a la salud, etc. Y por otro, lado me da la sensación de que el deporte, la cultura, el arte, en fin, tantas manifestaciones y expresiones son la que legitiman o muestran los atributos de un país. Además, el deporte construye imagen para los niños, pues vivimos en un país donde que el acceso a la educación no está abierto para todos y hay sectores de la población que tienen situaciones de vulnerabilidad muy expuestas, entonces el deporte lo que hace es tratar a estos sectores de la población inmiscuirlos en este ámbito deportivo.

P.- ¿Por qué cree que existen vacíos de programación deportiva en algunos medios de comunicación?

R.- La falta de periodistas especializados, creo que el periodista deportivo debe tener una determinada vocación, entender que para el periodista no hay descanso, que se debe trabajar de domingo a domingo, y en este ámbito deportivo incluso son los fines de semana cuando existe más trabajo, en mi opinión personal creo que, para ser periodista deportivo, se debe haber tenido un gusto desde la niñez por la información deportiva, un tema de volverte aficionado desde muy temprana edad. Y no es tan sencillo encontrar a gente que se especialice en este tema, más aún si

son espacios no tradicionales o no acostumbrados a tener deportes en su programación, pero ahí se encuentra el gran desafío para las universidades de crear estrategias que ayuden a formar más periodistas deportivos, tomando en cuenta que se necesita el bagaje de experiencia en la vida y combinarlo con lo académico. Un gran desafío para los medios, las universidades y el profesional.

P.- ¿Cómo generar contenidos de interés para la audiencia deportiva?

R.- Lo que hacemos nosotros los periodistas es contar historias, y el periodista deportivo y en general debe saber contar estas historias, saber hacer que la noticia sea atractiva para las audiencias, hacer que el contenido pueda captar la atención de la opinión pública, de la ciudadanía, y de la colectividad en general para de esa manera construir opinión. Aquí entra todo el talento del periodista, de cómo mostrar un hecho, de ser absolutamente creativo, de tener mucha investigación, de ser muy riguroso y de saber utilizar los términos adecuados. Además, de tener recursos de palabra para elaborar un buen texto que ayude a crear la expectativa deseada en la audiencia.

RESUMEN DE ENTREVISTAS

Lic. María José Vega, Gerente general de Guaranda TV

<p>¿Cuáles son los criterios con los que se construye la agenda informativa del medio?</p>	<p>Nos basamos en el criterio primero de ser un medio de comunicación responsable que da distintas miradas del acontecer noticioso.</p>
<p>¿Bajo qué criterio editorial se seleccionan los contenidos de la programación del canal?</p>	<p>Enmarcado en la imparcialidad, en la verdad del acontecimiento y contrastar la información que se tiene.</p>
<p>¿Dentro de la agenda informativa del Guaranda Tv están considerados temas inherentes al que hacer deportivo?</p>	<p>Esta por contemplarse todavía esta cuestión deportiva; esto debido a que tenemos una gran debilidad en la falta de personal capacitado en el ámbito deportivo.</p>
<p>¿Entonces, qué tipo de programación deportiva considera el medio para su audiencia?</p>	<p>En este momento no se cuenta con un programa deportivo de planta para los televidentes.</p>
<p>¿Cree usted que la información deportiva influye en los receptores, de ser así por qué no pensar en un programa deportivo con contenidos del quehacer local, regional, nacional e incluso internacional?</p>	<p>Como le mencionaba en este momento no contamos con ese espacio de información, pero estamos por implementar eso como una necesidad del canal y del medio en el que nos desenvolvemos también.</p>
<p>¿El canal tiene convenios con la UEB para prácticas pre-profesionales</p>	<p>Si sería una gran alternativa, pero al mismo tiempo tiene una limitante y es que los</p>

este podría ser el camino para generar un programa deportivo?	estudiantes tienen solo 120 horas de prácticas, entonces ellos cumplen ya su ciclo y se retiran del medio.
¿Cree Ud. que la falta de personal capacitado en el ámbito deportivo influye en el desarrollo de estos programas?	Es un punto que influye demasiado en la comunicación, lastimosamente en el medio solo existen periodistas generales. Pero en la rama del deporte, incluso ni en la malla curricular de algunas Universidades se le da la importancia que se debe al periodismo deportivo.

Lic. Teo Pozo, presentador de deporte de Ecuavisa

<p>¿Cuál es su opinión sobre el periodismo deportivo en el país?</p>	<p>Me parece que el periodismo deportivo ecuatoriano tiene una nueva generación que con todos los recursos que tienen a la mano si pueden prepararse de una forma más dinámica.</p>
<p>¿Por qué cree que un medio de comunicación debe contar con un espacio de información deportiva?</p>	<p>Porque el deporte proyecta valores que se necesitan tener en una sociedad, Y además son manifestaciones que contribuyen una imagen para los niños.</p>
<p>¿Por qué cree que existen vacíos de programación deportiva en algunos medios de comunicación?</p>	<p>La falta de periodistas especializados, creo que el periodista deportivo debe tener una determinada vocación.</p>
<p>¿Cómo generar contenidos de interés para la audiencia deportiva?</p>	<p>El periodista deportivo y en general debe saber contar estas historias, saber hacer que la noticia sea atractiva para las audiencias, contenido que capte la atención de la colectividad en general, para de esa manera construir opinión.</p>

DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE ENTREVISTAS

En este sentido la Lic. María José Vega, gerente General de Guaranda TV mencionó que uno de los criterios para mantener una buena agenda informativa con buen contenido consiste en ser un ente responsable que proporcione varios enfoques del acontecer noticioso enmarcado en un ambiente imparcial, verídico y de calidad.

Vega acerca de considerar al deporte en su parrilla de programación dijo que es un proyecto a futuro que no puede integrarse por la falta de personal capacitado y dio a conocer que no existe ningún programa deportivo fijo para los televidentes. Adicionalmente, pese a que se busca cristalizar este proyecto fue clara en mencionar que todo el proceso implica una serie de desafíos entre ellos la falta de personal capacitado en el área específica del deporte pues incluso la Universidad de la ciudad carece de profesionales en comunicación deportiva.

No obstante, el Lic. Teo Pozo presentador deportivo de Ecuavisa en su entrevista alienta este tipo de proyectos pues considera que el deporte proyecta valores que se necesitan tener en la sociedad y sirve como un rol de imagen para los niños. Además, incentiva a los periodistas a escoger el área del deporte como una vocación ya que es una plataforma que catapulta el crecimiento de los profesionales llegando a convertirse en periodistas expertos en contar historias que atraen a la audiencia y generan un vínculo con la colectividad todo esto apoyado en los nuevos avances tecnológicos creando una generación de periodistas dinámicos y con muchos recursos para explotar.

Andrews (2013), comparte la importancia de estos espacios al mencionar que gran parte del crecimiento del interés por el deporte ha sido impulsado por los medios de comunicación, en particular la televisión. Pues el informar sobre eventos deportivos y también la difusión de noticias y reportajes deportivos podrían ayudar a realzar al medio de comunicación (pp. 8-50).

CAPÍTULO V

PROPUESTA DEL INVESTIGADOR

ELABORACIÓN DE UN PROGRAMA DEPORTIVO PILOTO PARA EL MEDIO DE COMUNICACIÓN GUARANDA TV

Antecedentes

El canal Guaranda TV es un medio televisivo de señal abierta en Guaranda con una trayectoria de 17 años, pertenece al GAD de Guaranda por lo que es conocido también como Canal Municipal. Su programación puede ser visualizada por señal abierta en el canal 25, esto en la ciudad y sus alrededores a excepción de las parroquias: Simuatug, Facundo Vela y San Luis de Pambil; también es sintonizado por en el cable operador TVCABLE en el canal 55.

Sus instalaciones están ubicadas en el centro de la ciudad, en la calle García Moreno, entre Convención de 1884 y 7 de mayo, a media cuadro del parque “El Libertador”, perteneciente al cantón Guaranda, provincia Bolívar. El medio televisivo está ubicado en segundo piso del edificio administrativo de GAD de Guaranda, y la planta transmisora de señal está ubicada en Cashca Torotas, perteneciente a la parroquia Santiago, cantón San Miguel.

Su público objetivo son personas de todas las edades, pues su programación está compuesta de producciones propias y otras externas. Sin embargo, cabe destacar que desde sus inicios el medio ha buscado realizar productos comunicacionales con contenidos locales, este es el caso de noticieros, programas de entretenimiento, entre otros.

Por otro lado, es importante mencionar que Guaranda TV desde su aparición no ha contado con un programa deportivo dentro de su parrilla de programación, pero si han difundido varios reportajes con contenidos deportivos en sus noticieros.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una propuesta de programa deportivo para el canal de señal abierta Guaranda TV.

Objetivos específicos

- Analizar la parrilla de programación del medio de comunicación Guaranda Tv.
- Crear un plan de rodaje.
- Plantear una propuesta comunicacional que sirva como modelo en la elaboración del programa deportivo.
- Realizar un programa deportivo piloto para entregar al medio de comunicación Guaranda TV y puedan visualizar la propuesta.

Logo de Guaranda TV

Ilustración 4

Logo del Medio de televisión Guaranda TV



Fuente: Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100062343591996>

Cuadro 8

Equipo de trabajo del Canal Guaranda TV

Cargo	Nombre
Gerente	María José Vega
Productor de noticias	Ángel García
Periodistas	Víctor Hugo Poma Cristian Gutiérrez
Reporteros	Marlon Quintana Cristian Gutiérrez
Editor	Diego Chiluiza
Equipo Técnico	Víctor Hugo Vásconez
Operador Máster	Diego Chiluiza
Servicios Varios	Alejandra Escobar

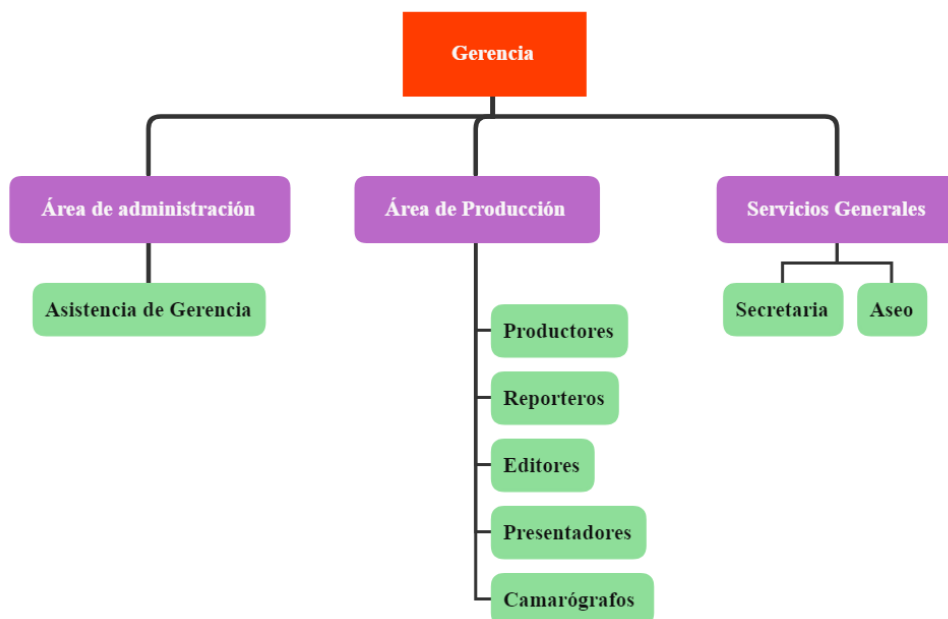
Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: (Ángel García, Guaranda TV)

Organigrama Estructural

Cuadro 9

Organigrama estructural de Guaranda TV



Parrilla de programación

La parrilla informática o de programación es una herramienta que visibiliza cada uno de los programas que se emiten en la televisión.

Así mismo la terminología de la programación de las parrillas, hace referencia a los contenidos particulares que identifican la televisión; el modelo programático constituye la estructura del diseño de programación de un medio. (Ramírez, 2022).

Realizando un análisis de la parrilla de programación de Guaranda TV se distinguen dos programas propios del medio como son: El Noticiero que se transmite de lunes a viernes de 18:30 a 19:30 y Buenos Días Guaranda los días lunes, miércoles y viernes de 9:00 a 10:00, el resto de su programación diaria está dividida en series infantiles, documentales y películas. Cabe resaltar que no disponen ningún espacio para el ámbito deportivo.

Parrilla de programación Guaranda TV

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	CLASIFICACIÓN
8:00 A 09:00	CONCIERTOS VARIOS	CONCIERTOS VARIOS	CONCIERTOS VARIOS	CONCIERTOS VARIOS	CONCIERTOS VARIOS	INFANTILES	INFANTILES	“A”: Apta para todo público
9:00 A 10:00	BUENOS DIAS GUARANDA	CONCIERTOS VARIOS	BUENOS DIAS GUARANDA	CONCIERTOS VARIOS	BUENOS DIAS GUARANDA	INFANTILES	INFANTILES	“A”: Apta para todo público
10:00 A 11:00	DOCUMEN TALES ANIMALES	DOCUMEN TALES ANIMALES	DOCUMEN TALES ANIMALES	DOCUMENTALES ANIMALES	DOCUMENTALES ANIMALES	INFANTILES	INFANTILES	“A”: Apta para todo público
11:00 A 11:30	INFANTIL Caballeros del zodiaco	INFANTIL Caballeros del zodiaco	INFANTIL Caballeros del zodiaco	INFANTIL Caballeros del zodiaco	INFANTIL Caballeros del zodiaco	INFANTILES	INFANTILES	“A”: Apta para todo público
11:30 A 12:00	EL PRÍNCIPE DEL RAP	EL PRÍNCIPE DEL RAP	EL PRÍNCIPE DEL RAP	EL PRÍNCIPE DEL RAP	EL PRÍNCIPE DEL RAP	INFANTILES	INFANTILES	“A”: Apta para todo público
12:00 A	EXPRESARTE	EXPRESARTE	EXPRESARTE	EXPRESARTE	EXPRESARTE	INFANTILES	INFANTILES	A”: Apta para todo

13:00								público
13:00 A 15:00	PELÍCULAS	PELÍCULAS	PELÍCULAS	PELÍCULAS	PELÍCULAS	INFANTILES	COMO EN EL CINE	A'': Apta para todo público
15:00 A 16:00	EDUCA	EDUCA	EDUCA	EDUCA	EDUCA	COMO EN EL CINE	COMO EN EL CINE	A'': Apta para todo público
16:00 A 17:00	EXPRESARTE	EXPRESARTE	EXPRESARTE	EXPRESARTE	EXPRESARTE	COMO EN EL CINE	COMO EN EL CINE	A'': Apta para todo público
17:00 A 18:30	MacGiver	OC	MacGiver	OC	MacGiver	COMO EN EL CINE	COMO EN EL CINE	A'': Apta para todo público
18:30 A 19:30	EL NOTICIERO	EL NOTICIERO	EL NOTICIERO	EL NOTICIERO	EL NOTICIERO	COMO EN EL CINE	COMO EN EL CINE	A'': Apta para todo público/ "B" responsabilidad compartida

19:30 A 20:30 A 21:30 AM	COMO EN EL CINE	COMO EN EL CINE	COMO EN EL CINE	COMO EN EL CINE	COMO EN EL CINE	COMO EN EL CINE		A'': Apta para todo público / "B" responsabilidad compartida
21:30 A 4:30 A 5:00	COMO EN EL CINE Educa	COMO EN EL CINE Educa	COMO EN EL CINE Educa	COMO EN EL CINE Educa	COMO EN EL CINE Educa	COMO EN EL CINE Educa	COMO EN EL CINE Educa	A'': Apta para todo público
5:00 A 7: 50	INFANTILES	INFANTILES	INFANTILES	INFANTILES	INFANTILES	INFANTILES	INFANTILES	A'': Apta para todo público

Oferta de programa deportivo Deportes GDA

Plan de rodaje

		Actividad	Fecha	Recursos Técnicos	Recursos Humanos
PREPRODUCCIÓN					
01	Definir el tema	Primer borrador	20 de junio de 2022	Computadora	Productor
02	Realización de propuesta	Primer borrador	20 de junio de 2022	Computadora	Productor
03	Elaboración de guion literario	Realizar en una plantilla de Word el guion literario	14 de julio de 2022	Computadora	Productor
04	Elaboración de guion técnico	Realizar en una plantilla de Word el guion técnico	14 de julio de 2022	Computadora	Productor
05	Elaboración de un plan de rodaje	Realizar en una plantilla de Word	14 de julio de 2022	Computadora	Productor
06	Elegir presentadora para programa piloto	Reunión para la solicitud	16 de julio de 2022	-	Productor
07	Elaboración de solicitud al Director de la carrera para la grabación del programa piloto en el set de televisión	Realizar una solicitud en Word	16 de julio de 2022	Computadora	Productor
08	Entrega de solicitud al Director de la carrera de Comunicación	Entregar solicitud al Msc. Danilo Villarroel	16 de julio de 2022	Documento impreso	Productor
09	Casting de equipos	Revisión de los equipos tecnológicos	22 de julio de 2022	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cámara ✓ Trípode ✓ Micrófono ✓ Guion ✓ Baterías ✓ Tarjeta de audio 	Productor

				✓ Tarjeta de video	
PRODUCCIÓN					
10	Crear el identificador del programa	Creación del logo para programa deportivo	23 de julio de 2022	Computadora	Productor
11	Crear manual de marca del logo	Elaborar un manual básico sobre el uso del logo	23 de julio de 2022	Computadora	Productor
12	Crear opener para el programa	Elaborar el intro que identificará al programa deportivo	23 de julio de 2022	Computadora	Productor
13	Recopilar notas deportivas del ámbito local, nacional e internacional.	Agregar en una carpeta todas las notas de forma ordenada	24 de julio de 2022	Computadora	Productor
14	Realizar los cambios en el guion literario y técnico si este lo amerita.	Revisar la plantilla de Word y editar los guiones si lo ameritan	24 de julio de 2022	Computadora	Productor
15	Crear una base de datos en el Programa Vmix, para la grabación del programa piloto	Introducir logos, intros, banners y notas en el programa Vmix	24 de julio de 2022	Computadora	Productor
POSTPRODUCCIÓN					
16	Organizar el material por carpetas los recursos.	Crear carpetas con todos los recursos en el escritorio de la pc.	25 de julio de 2022	Computadora	Productor
17	Revisar la base creada de Vmix	Incluir archivos nuevos o faltantes	25 de julio de 2022	Computador y programa Vmix	Productor
18	Grabación del programa piloto en el set de televisión	Grabación del producto final	29 de julio de 2022	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cámara ✓ Trípode ✓ Micrófono ✓ Guion ✓ Baterías 	Productor

				<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tarjeta de audio ✓ Tarjeta de video 	
19	Revisión del programa piloto grabado	Revisar sincronización de audio y video en el producto	30 de julio de 2022	Computadora	Productor
20	Espera de fecha para defensa de propuesta de tesis	Preparar el material para la defensa de la tesis	31 de julio de 2022	Computadora	Productor

Elaborado por: Jonathan Chávez

Fuente: (Chávez, 2023)

Guion Literario

TEMA: GDA Deportes

Presentador: Esteban Rodríguez

Duración: 15 minutos

NOTA 1

La Universidad Estatal de Bolívar realizó la presentación del equipo de fútbol que representará a la institución en los primeros juegos Inter-universitarios, organizado por la Federación Ecuatoriana de fútbol.

NOTA 2

Patricio Urrutia ex jugador profesional de fútbol visitó el cantón San Miguel con el objetivo de descubrir nuevos talentos que aporten a las formativas menores de la selección ecuatoriana de fútbol. El selectivo estuvo dirigido a niños entre los 15 y 17 años.

NOTA 3

Mineros SC ya cuenta con su escuela formativa de fútbol, misma que funciona en las instalaciones del estadio de la parroquia Guanujo y busca preparar a niños que gustan de este gran deporte desde temprana edad.

NOTA 4

El estadio federativo de Guaranda fue el escenario que recibió el partido de vuelta por copa Ecuador entre las escuadras de Unibolivar y Peñarol por un cupo a 16avos de final del torneo.

NOTA 5

La capital del ecuatoriano también vivió uno de los partidos más emocionantes de esta fecha de Copa Ecuador, El club deportivo El Nacional y Barcelona SC también buscaban su pase a la siguiente fase de la competencia, siendo los puros criollos quienes se hicieron con la victoria.

NOTA 6

El ciclista ecuatoriano Richard Carapaz se hizo con el segundo lugar en el giro de Italia, un título más que suma a este proceso que viene desarrollando por varios años.

NOTA 7

Los representantes ecuatorianos han desarrollado un gran papel en lo que va de la décima edición de los juegos panamericanos, en esta ocasión la sede fue Valledupar en el hermano país de Colombia.

NOTA 8

El día de ayer se llevó a cabo la tercera fecha de la Copa América Femenina entre las selecciones de Colombia y Ecuador. La selección cafetera se hizo con la victoria por 2 goles a 1 y la acerca a la siguiente fase del torneo.

NOTA 9

Fueron definidos los grupos para la próxima Copa del Mundo Qatar 2022 que dará inicio en el mes de noviembre. El cuadro tricolor se encuentra en el grupo A y será el protagonista del partido inaugural frente a Qatar.

Guion Técnico

Escena	Plano	Audio	Contenido	Tiempo
Video en negro	-	-	-	2''
Intro	-	-	-	26''
Presentación	-	-	Hola que tal amigos buenas tardes, bienvenidos a su programación Guaranda Deportes. De inmediato nos vamos con la primera nota.	9''
Nota 1	Plano medio	Locución	La Universidad Estatal de Bolívar realizó la presentación del equipo de fútbol que representará a la institución en los primeros juegos Inter-universitarios, organizado por la Federación Ecuatoriana de fútbol.	13''
Bite 1	-	Propio	-	4:00''
Nota 2	Plano medio	Locución	Patricio Urrutia ex jugador profesional de fútbol visitó el cantón San Miguel con el objetivo de descubrir nuevos talentos que aporten a las formativas menores de la selección ecuatoriana de fútbol. El selectivo estuvo dirigido a niños entre los 15 y 17 años.	17''
Bite 2	-	Propio	-	1:09''

Nota 3	Plano medio	Locución	Mineros SC ya cuenta con su escuela formativa de fútbol, misma que funciona en las instalaciones del estadio de la parroquia Guanujo y busca preparar a niños que gustan de este gran deporte desde temprana edad.	14''
Bite 3	-	Propio	-	2:32''
Nota 4	Plano medio	Locución	El estadio federativo de Guaranda fue el escenario que recibió el partido de vuelta por copa Ecuador entre las escuadras de Unibolivar y Peñarol por un cupo a 16avos de final del torneo.	12''
Bite 4	-	Propio	-	41''
Nota 5	Plano medio	Locución	La capital del ecuatoriano también vivió uno de los partidos más emocionantes de esta fecha de Copa Ecuador, El club deportivo El Nacional y Barcelona SC también buscaban su pase a la siguiente fase de la competencia, siendo los puros criollos quienes se hicieron con la victoria.	17''
Bite 5	-	Propio	-	1:06''
Nota 6	Plano medio	Locución	El ciclista ecuatoriano Richard Carapaz se hizo con el segundo lugar en el giro de Italia, un	13''

			título más que suma a este proceso que viene desarrollando por varios años.	
Bite 6	-	Propio	-	55"
Nota 7	Plano medio	Locución	Los representantes ecuatorianos han desarrollado un gran papel en lo que va de la décima edición de los juegos panamericanos, en esta ocasión la sede fue Valledupar en el hermano país de Colombia.	13"
Bite 7	-	Propio	-	1:00"
Nota 8	Plano medio	Locución	El día de ayer se llevó a cabo la tercera fecha de la Copa América Femenina entre las selecciones de Colombia y Ecuador. La selección cafetera se hizo con la victoria por 2 goles a 1 y la acerca a la siguiente fase del torneo.	14"
Bite 8	-	Propio	-	1:00"
Nota 9	Plano medio	Locución	Fueron definidos los grupos para la próxima Copa del Mundo Qatar 2022 que dará inicio en el mes de noviembre. El cuadro tricolor se encuentra en el grupo A y será el protagonista del partido inaugural frente a Qatar.	15"
Bite 9	-	Propio	-	1:03"

Despedida	Plano medio	Locución	Amigos y amigas de esta manera llegamos a la parte final de nuestra programación Guaranda Deportes, conmigo será hasta la próxima y muchas gracias por su fiel compañía.	12"
Intro salida	-	-	-	26"
TOTAL				16m31s

CONCLUSIONES

- Con base en las respuestas al estudio realizado mediante encuestas y entrevistas se determinó la falta de contenido e información acerca de eventos deportivos locales, así como la inexistencia de cobertura periodística o transmisiones en vivo en el medio de comunicación Guaranda TV, por lo que se evidenció que no existe un programa deportivo en el medio.
- Se pudo identificar las falencias que tiene el medio Guaranda TV para la creación de un espacio deportivo, entre los que destacan la falta del personal capacitado en el área de periodismo deportivo y del recurso humano y tecnológico para la cobertura de información deportiva.

RECOMENDACIONES

- Implementar un programa deportivo que abarque contenidos periodísticos en este ámbito, se torna necesario en virtud que existe interés de la ciudadanía por consumir información especializada en las diferentes disciplinas deportivas.
- El medio debe dar apertura a personal capacitado en el área de periodismo deportivo y adquirir los equipos tecnológicos necesarios para la cobertura de eventos de este tipo, esto permitirá al canal atraer mayor audiencia que consuma su programación.

BIBLIOGRAFÍA

- Alava, G. A. (2014). *Estudios sobre la información y difusión del motocross en los medios de comunicación de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Alcaide, Soledad. 2005. "Tendencias." *Cuadernos de Periodistas*: 139–40.
- Aldo Di, Luzio, Gunthner Susanne, and Orletti Franca. 2001. Analyses of Intercultural situations *Culture in Communication*.
- Andalucía, C. A. (2008). *Estudio sobre género y deporte en televisión*. Andalucía: Consejo Audiovisual de Andalucía.
- Andrés Ramiro, Romero Polo. 2015. "Propuesta Para La Inclusión de La Materia de Periodismo Deportivo En El Pénsum de Estudios de La Carrera de Comunicación, Mención Medios: Prensa, Radio y Televisión de La Pontificia Universidad Católica Del Ecuador." *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*: 85.
- Andrews, P. (2005). *Sports Journalism a Practical Guide*. Journalism Insights.
- Antezana, C. (2007). EL ANÁLISIS DEL DISCURSO DE. *INVESTIGACIÓN EDUCATIVA*.
- Arroyo Almaraz, Isidoro, Antonio J. Baladrón Pazos, and Rebeca Martín Nieto. 2013. "La Comunicación En Redes Sociales: Percepciones y Usos de Las Ong Españolas." *Cuadernos.info* 32(1): 77–88.
- Association National Communication. (n.d.). *National Communication Association*. Retrieved 04 09, 2022, from <https://www.natcom.org/about-nca/what-communication>
- Association, National Communication. "What Is Communication?" <https://www.natcom.org/about-nca/what-communication#collapseOne> (August 10, 2021).
- Bigot, M. (n.d.). *Margot Bigot : Apuntes de lingüística antropológica*.

- César, Giraldo, Naranjo Sandra, Tovar Elcira, and Córdova Juan Carlos. 2008. *Teorías de La Comunicación*.
- Condo, R. A. (2011). Medios de comunicación y la ciudadanía. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, 1*, 10-30.
- Deuze, Mark. 2005. "What Is Journalism ?" 6(4): 442–64.
- Domeneghetti, R. (2021). *Insights on Reporting Sports in the Digital Age: Ethical and Practical Considerations in a Changing Media Landscape*. Routledge.
- EPEC. *La Historia de La Electricidad*. www.epec.com.ar.
- Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social, 11*(63), 277-286.
- Fucatel. (2008, septiembre 10). *Repasando las funciones elementales del periodismo / Richard Rodríguez Revollar*. <https://www.observatoriofucatel.cl/repasando-las-funciones-elementales-del-periodismo-richard-rodriguez-revollar/>
- Garrido, L. (2011). Reseña de "La Teoría de la acción comunicativa" de J. Habermas. *Razón y Palabra*(75).
- Gehrke, Mirjam et al. 2016. *Panorama de Los Medios En Ecuador Sistema Informativo y Actores Implicados*.
- Gilli, G. (1985). *Estructura y función de la comunicación en la sociedad*. Barcelona.
- Herrera, Harold Hütt. 2012. "LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN SOCIAL NETWORKS: A NEW DIFFUSION TOOL." *Reflexiones*.
- Iglesias, J. R., & Alcaide, J. L. (s. f.). *El periodismo especializado: El gran reto del periodista*.
- Jesús, María, and Velduque Ballarín. 2011. "MARÍA JESÚS VELDUQUE BALLARÍN." <http://www.claseshistoria.com/revista/index.html>.

- Jiménez, N. G. B. (2019). *Evolución de los medios tradicionales a cibermedios en Ecuador* [BachelorThesis, BABAHOYO: UTB, 2019]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/6319>
- John, Greene, and Burleson Brant. 2003. *Handbook of Communication and Social Interaction Skills*.
- Kidwell, Mardi, and Edward Reynolds. 2022. "Gaze and the Organization of Participation in Collective Visual Conduct." *Social Interaction. Video-Based Studies of Human Sociality* 5(2): 1–31.
- Latina Ecuador Rivera Rogel, América, and Diana Elizabeth. 2012. "Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación." : 3–16. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057416002>.
- Malik, Dr. Arvind. 2021. *Sports Journalism and Mass Media*.
- Marchetti, Dominique. 2005. "Subfields of Specialized Journalism." *R. Benson et E. Neveu (eds), Bourdieu and the Journalistic Field*.
- Marin, Diego. 2013. 1 *Historia de La Prensa a Través de Los Periódicos y Las Revistas de Información General Nacimiento de Las Gazetas*.
- Montero, J. X. (2015). *Plan estratégico de comunicación para el mejoramiento de la comunicación interna del canal televisivo municipal de Guaranda*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Moragas Spà, Miquel de. 1994. "Deporte y Medios de Comunicación : Sinergías Crecientes." *Telos : cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad* (38): 0058–0062.
- Morejon, R. D. (2018). *Aporte de los medios de comunicación televisivos en la difusión de actividades deportivas en el cantón Babahoyo Provincia de los Ríos*. Babahoyo Provincia de los Ríos: Universidad Técnica de Babahoyo.

- Natalia, Por, and Bernabeu Morón. 2002. *Breve Historia de La Prensa Ficha Técnica*.
- Nölleke, Daniel, Christoph G. Grimmer, and Thomas Horkey. 2017. "News Sources and Follow-up Communication: Facets of Complementarity between Sports Journalism and Social Media." *Journalism Practice* 11(4): 509–26.
- Palabra, Razón Y, Carlos Ortiz León, and Abel Suing. 2016. 93 Comunicología ecuatoriana | Número *La Televisión Ecuatoriana: Pasado y Presente Ecuadorian Television: Past and Present*. <http://www.revistarazonypalabra.org/>.
- Pérez, A. D. (2019). "*Mujeres, deporte y su vacío en los medios. Reportaje audio visual sobre el tratamiento del deporte femenino en los medios de comunicación*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Pilar, Puertas Molero, Marfil Carmona Rafael, Zurita Ortega Félix, and González Valero Gabriel. 2019. "Impact of Sports Mass Media on the Behavior and Health of Society. A Systematic Review." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 16(3).
- Proaño, Rubén Parra, Evelin Lissette, and Cadena Chila. 2021. "Analysis of Radio Sports Journalism in the City of Guayaquil (Ecuador) Análisis Del Periodismo Deportivo Radiofónico En La Ciudad de Guayaquil (Ecuador)." 3: 1–7.
- Punín , I., Martínez, A., & Rencoret, N. (2014). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. *Revista Científica de Educomunicación*.
- Punín, Maria Isabel, Alison Martínez, and Nathaly Rencoret. 2014. "Digital Media in Ecuadorfuture Perspectives." *Comunicar* 21(42): 199–207.
- Ramallal, González M E. 2004. "Sociedad y Deporte: Análisis Del Deporte En La Sociedad y Su Reflejo En Los Medios de Comunicación En España." *Sociedad y deporte: análisis del deporte en la sociedad y su reflejo en los medios de comunicación en España*.

Ramírez, D. (2022). *Academia.edu*.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/84331684/TG_Damaris_Ram_C3_ADrez-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1669811299&Signature=fVGV0TXpV9oAylEqE-yimReBdrGzDxpDujAk4DSKbCC8CrXlteaqDUq12BMZHPaRTiRmHGBHOXSGuBBHEJqe0mEnzyJeOjz7VKvn-u7hrBjntgyZXi4KtFzS3FBfIbP4fBdB

Rodríguez Vázquez, Paki, Alejandro Ruiz, and Trujillo Huelva. 2005. *La Televisión: ¿caja Tonta o Caja Mágica? Television: Silly Box or Magical Box?*

Salto, A. G. (2013). *Reestructuración del Noticiero Hechos y Noticias del canal municipal TV 5*. Quito: Universidad Tecnológica de Israel.

Smarandache, Florentin, and Stefan Vladutescu. 2013. “Communication vs. Information, an Axiomatic Neutrosophic Solution Neutrosophic Sets and Systems Communication vs. Information: An Axiomatic Neutrosophic Solution.” (January).

Steen, Rob. 2007. “Sports Journalism: A Multimedia Primer.” *Sports Journalism: A Multimedia Primer*: 1–202.

Stofer, KT, JR Schaffer, and BA Rosenthal. 2009. *Sports Journalism: An Introduction to Reporting and Writing*.

Torres-toukoumidis, Angel, and Andrea De-santis. 2022. *Reflexiones Sobre Periodismo Deportivo. Experiencias, Retos y Expectativas*.

Vargas, E. (2014). LAS FUNCIONES DEL LENGUAJE DE JAKOBSON EN LA TITULACIÓN DEPORTIVA: ESTUDIO ESTILÍSTICO DE LA NACIÓN Y LA EXTRA. *Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica*.

Vásquez, David Ricardo Paredes, and Ramón Omar Sierra Murillo. 2011. “Análisis de La Profesionalización Del Periodismo Deportivo En Quito Desde El Año 2000 Hasta La

Actualidad Alrededor de Los Éxitos Futbolísticos de Las Selecciones Nacionales y Liga Deportiva Universitaria de Quito.” *Universidad Internacional del Ecuador* 16(22).

Velasquez Benavides, A. V., & Guaman Guadalima, N. G. (n.d.). Medios de comunicación tradicionales, fuentes de poco acceso para la creación de nativos digitales. *Accelerating the world's research*.

Velásquez, Sosa, and Fidel Martínez. 2017. “La Comunicación Radial y La Participación de Los Públicos En La Sociedad Cubana Actual.”

Zion, Lawrie, Ramón Spaaij, and Matthew Nicholson. 2011. “Sport Media and Journalism: An Introduction.” *Media International Australia* (140): 80–83.

Presupuesto

Concepto	Total
Selección de modalidad	2,00
Inicio de proyecto	20,00
Desarrollo del I capítulo(Antecedentes, Justificación, Problema, Objetivos)	35,00
Elaboración del capítulo II(Marco Teórico, Legal, Conceptual, Georeferencial)	45,00
Elaboración de correcciones	20,00
Desarrollo del capítulo III (Metodología: tipos, técnicas, métodos de investigación)	45,00
Análisis y tabulación de encuestas y entrevistas	40,00
Elaboración de propuesta del proyecto	50,00
Desarrollo de Conclusiones, Recomendaciones, Anexos	5,00
Presentación del informe final	25,00
Correcciones finales solicitadas por el tutor y par académico	30,00
Defensa de proyecto de investigación	100,00
TOTAL	\$417,00

Certificado Tutor

LIC. KLÉBER RENATO ROMERO QUIROGA, MGS., EN CALIDAD DE DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, A PETICIÓN DE LA PARTE INTERESADA,

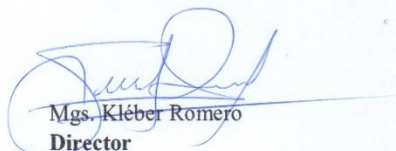
CERTIFICA

Que el señor **JONATHAN ALEXANDER CHÁVEZ CASTILLO**, estudiante de la Carrera de **Comunicación**, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, ha cumplido con las sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito a su anteproyecto denominado **“ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN EL CANAL DE SEÑAL ABIERTA GUARANDA TV Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL PERÍODO JULIO-DICIEMBRE 2021”**, en tal virtud faculto al interesado continuar con el desarrollo de su proyecto.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 06 del 12 del 2022

Atentamente,



Mgs. Kléber Romero
Director

Certificado Par Académico

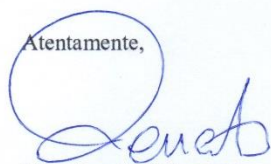
LIC. JORGE RENATO CABEZAS RAMOS, MGS., EN CALIDAD DE PAR ACADÉMICO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, A PETICIÓN DE LA PARTE INTERESADA,

CERTIFICA

Que el señor **JONATHAN ALEXANDER CHÁVEZ CASTILLO**, estudiante de la Carrera de **Comunicación**, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, ha cumplido con las sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito a su anteproyecto denominado **“ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN EL CANAL DE SEÑAL ABIERTA GUARANDA TV Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL PERÍODO JULIO-DICIEMBRE 2021”**, en tal virtud faculto al interesado continuar con el desarrollo de su proyecto.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 06 del 12 del 2022

Atentamente,

Mgs. Renato Cabezas
Par Académico

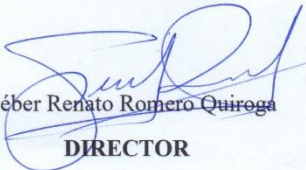
Certificado Antiplagio

Guaranda, 06 de diciembre de 2022

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Yo, Kléber Renato Romero Quiroga, Director del Proyecto de Investigación, certifico que el señor **JONATHAN ALEXANDER CHÁVEZ CASTILLO**, estudiante de la carrera de Comunicación, dentro de la modalidad de Titulación (Proyecto de Investigación): ha cumplido con la revisión a través de la herramienta URKUND, el día 06 de diciembre de 2022, el informe final del proyecto de investigación denominado. **“ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN EL CANAL DE SEÑAL ABIERTA GUARANDA TV Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL PERÍODO JULIO-DICIEMBRE 2021”**, dando como resultado un 3% de coincidencia, porcentaje que se encuentra dentro del parámetro legal establecido.

Es todo cuanto puedo certificar.


Kléber Renato Romero Quiroga
DIRECTOR

Certificado Urkund

Ouriginal
by Turnitin

Document Information

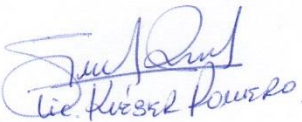
Analyzed document	TESIS FINAL.docx (D152400768)
Submitted	12/6/2022 10:52:00 PM
Submitted by	
Submitter email	jonchavez@mailtes.ueb.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	rromero.ueb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

Entire Document

Hit and source - focused comparison, Side by Side

Submitted text	As student entered the text in the submitted document.
Matching text	As the text appears in the source.


Lic. Ricardo Romero.

<https://secure.orkund.com/view/145509938-763656-906952#/exported>

1/2

Instrumentos de recopilación de datos

Cuestionario de encuestas



Universidad Estatal de Bolívar
Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión
Empresarial e Informática
Comunicación



Tema: Análisis del tratamiento de la información deportivo en el canal de señal abierta Guaranda TV y su impacto en la opinión pública en el periodo julio-diciembre 2021.

Objetivo: Analizar la importancia del periodismo deportivo en el medio televisivo de Guaranda y su impacto en la opinión pública.

Se pide al encuestado responder con franqueza las siguientes preguntas. Marque con una **X** en la opción que considere.

Información General

1. Género:

Masculino		Femenino		Otro	
-----------	--	----------	--	------	--

2. Edad

___ Entre 15 y 30 años

___ Entre 30 y 40 años

___ Entre 40 y 50 años

___ Entre 50 y 60 años

___ 60 años en adelante

3. ¿Cuántas horas al día ve televisión?

___ 1 a 2 horas

___ 2 a 3 horas

___ 3 a 4 horas

___ más horas

4. ¿Conoce usted el medio televisivo Guaranda TV?

- Si
- No

5. ¿Qué tipo de programación prefiere ver usted?

- Noticias
- Deportes
- Cine
- Novelas
- Otro

6. ¿Ha evidenciado usted programas deportivos en el medio televisivo Guaranda TV?

- Si
- No
- A veces
- Nunca

7. ¿Qué programas deportivos le gustaría ver con mayor frecuencia en la televisión local?

- Titulares deportivos
- Debates
- Transmisiones en vivo
- Otro

8. ¿Cómo califica la calidad de información deportiva que difunde el medio Guaranda TV?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala

9. ¿Cree Ud. que el medio Guaranda Tv le da la importancia respectiva a la información deportiva local y nacional?

- Sí

No

10. ¿Cómo televidente le gustaría que se incluyan información y transmisiones deportivas sobre el ámbito local?

Sí

No

11. ¿Qué tipos de contenidos deportivos ha evidenciado que se transmite en el medio televisivo Guaranda TV?

Cápsulas informativas

Análisis

Opinión

Ninguno

12. ¿Cuánto tiempo le dedicaría a ver programación deportiva?

30 minutos

1 hora

2 horas

Más horas

Gracias por su colaboración que tenga un buen día.

Guía de entrevista



Universidad Estatal de Bolívar
Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión
Empresarial e Informática
Comunicación



Tema: “ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN EL CANAL DE SEÑAL ABIERTA GUARANDA TV Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL PERÍODO JULIO-DICIEMBRE 2021.”

Objetivo: Analizar la importancia del periodismo deportivo en los medios televisivos de Guaranda.

Entrevistado: Director de contenidos Guaranda TV

BANCO DE PREGUNTAS

1. ¿Cuáles son los criterios con los que se construye la agenda informativa del medio?
2. ¿Bajo qué criterio editorial se seleccionan los contenidos de la programación del canal?
3. ¿Dentro de la agenda informativa del Guaranda Tv están considerados temas inherentes al que hacer deportivo?
4. ¿Entonces, qué tipo de programación deportiva considera el medio para su audiencia?
5. ¿Cree usted que la información deportiva influye en los receptores, de ser así por qué no pensar en un programa deportivo con contenidos del quehacer local, regional, nacional e incluso internacional?
6. ¿El canal tiene convenios con la UEB para prácticas pre-profesionales este podría ser el camino para generar un programa deportivo?



Universidad Estatal de Bolívar
Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión
Empresarial e Informática
Comunicación



Tema: “ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN EL CANAL DE SEÑAL ABIERTA GUARANDA TV Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL PERÍODO JULIO-DICIEMBRE 2021.”

Objetivo: Analizar la importancia del periodismo deportivo en los medios televisivos de Guaranda.

Entrevistado: Lic. Vallejo (Decano de la FACAGEI)

BANCO DE PREGUNTAS

1. ¿Cuál es su opinión sobre el periodismo deportivo en Guaranda?
2. ¿A qué cree que se debe la ausencia de estos espacios deportivos en el medio?
3. ¿Cuántos canales oficiales de televisión conoce Ud. en Guaranda?
4. ¿Qué opina Ud. sobre los medios digitales de Guaranda que difunden información deportiva?
5. ¿Cuál es la diferencia entre un canal de señal abierta y un podcast?
6. ¿Qué tanto aporta a la comunidad en información, los programas deportivos?

Fotografías



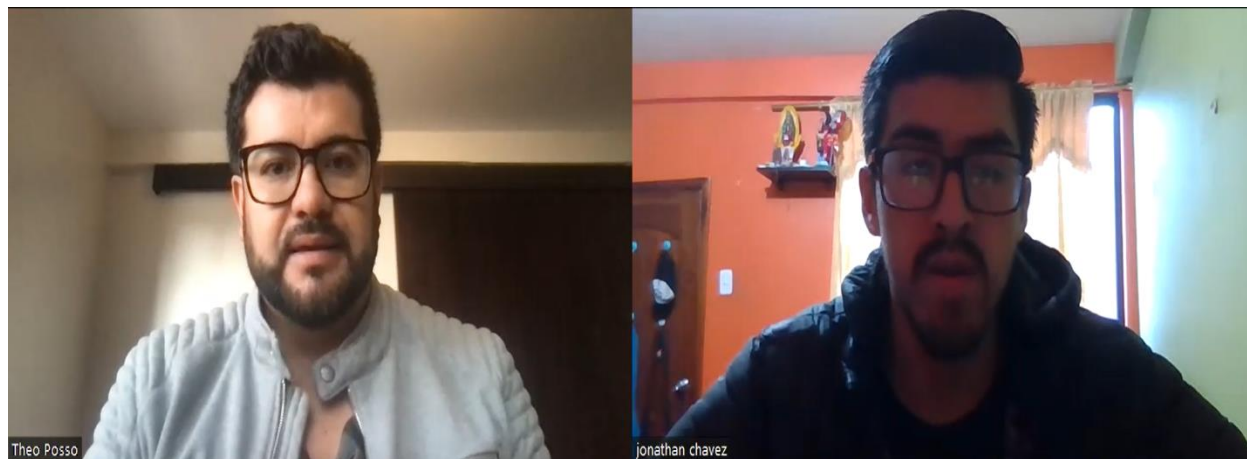
Encuesta a ciudadano



Encuesta a ciudadana



Encuesta a ciudadano



Entrevista con Teo Pozo, periodista deportivo del canal Ecuavisa



Grabación de programa deportivo piloto



Grabación de programa deportivo piloto



Grabación de programa deportivo piloto



Tutorías de corrección con el Mgs. Kléber Romero, Director de Tesis