



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, CIENCIAS Y LETRAS DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de Investigación previo  
a la obtención del Título de Licenciado  
en Comunicación Social,  
Mención Periodismo**

**TEMA:**

AGENDA PERIODISTICA DEPORTIVA

**AUTOR:**

ANDRÉS ISMAEL MUÑOZ ANGAMARCA

**TUTORA:**

MST. SUSY NATHALIA CEDILLO CARRILLO

**CUENCA – ECUADOR**

**2013**



---

## RESUMEN

La investigación "Elaboración de la agenda periodística deportiva" se basó en una indagación bibliográfica sobre la agenda propia, plan de cobertura y periodismo deportivo, luego con estos conocimientos aplicamos en el programa deportivo de Unsión Tv, "Deportv" donde se pudo llegar al punto central de nuestra indagación, si este espacio televisivo organizaba o planificaba su trabajo a través de una agenda periodística o al contrario solo realizaba su cobertura por intuición, esto nos dio la pauta para proponer una agenda periodística deportiva con la que se pudo facilitar el trabajo a los reporteros deportivos en mencionado programa de este medio de comunicación televisivo con cobertura que cobija a Cuenca.

Para llegar a este punto, se realizó entrevistas a todo el equipo que conforma el programa Deportv, Andrés Campoverde productor del programa, Guifor Trujillo presentador de la emisión estelar los mismos que dieron su aporte para poder armar una agenda periodística diaria con el fin de ser un programa de alta calidad de contenidos.

También se realizaron encuestas a los televidentes del programa, donde se pudo precisar lo que la audiencia busca en el programa deportivo para satisfacer sus necesidades o intereses.

Además esta investigación ayuda escoger una fuente fidedigna que nos brinde una información certera y valedera para el desarrollo de la noticia deportiva, también nos ayudo a definir la importancia que tiene la teleaudiencia dentro de la construcción de la noticia y contenidos para el programa.

**Palabras Claves: Agenda periodística, Deportv, Fuentes, Cobertura, Teleaudiencia.**



---

## ABSTRACT

“ Research Development of the sports news agenda ” inquiry was based on a literature on its own agenda, plan coverage and sports journalism, then apply this knowledge in the sports program of Unsi3n Tv, Deportv “ ” where we could get to the point focus of our inquiry, if this space organized or planned television work through a journalistic agenda or otherwise carried only by intuition coverage, this gave us the standard for sports journalism propose an agenda with which they could facilitate the work of sports reporters mentioned this program television media coverage that shelters basin.

To reach this point, we conducted interviews with all the equipment that makes up the program Deportv, program producer Andrew Campoverde, Trujillo GUIFOR stellar emission presenter them who gave their contribution to build a daily news agenda in order to be a program of high-quality contents.

Also surveyed viewers of the program, which could clarify what the audience looking in the sports program to meet their needs or interests.

Furthermore, this research helps to choose a reliable source to provide us with accurate and valid information for the development of sports news also helped us to define the importance of viewership in the construction of news and content for the program.

**Keywords:** Agenda journalistic Deportv, Sources, Coverage, TV Viewers.



---

## INDICE

<b>Capítulo I: La importancia de la planificación en comunicación.....</b>	<b>7</b>
1.1 Definición de la agenda propia.....	8
1.2. El plan de cobertura .....	10
1.3. El periodismo deportivo .....	13
<b>Capítulo II: Diagnostico y Análisis de Contenidos.....</b>	<b>16</b>
2.1 Conociendo a fondo al programa Deportv .....	16
2.2. Temas y Fuentes .....	20
2.3. Importancia de la teleaudiencia en el programa .....	25
<b>Capítulo III Propuesta de cobertura periodística.....</b>	<b>32</b>
3.1. La variedad y profundidad de contenidos en la información deportiva .....	32
3.2. Como llegar a los televidentes Online.....	36
<b>Conclusiones.....</b>	<b>39</b>



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Andrés Ismael Muñoz Angamarca, autor de la tesis "Elaboración de una Agenda Periodística Deportiva", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciado en Comunicación Social. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 08 de Julio de 2013

Andrés Muñoz A.  
010419873-4

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316  
e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103  
Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

Yo, Andrés Ismael Muñoz Angamarca, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 08 de Julio de 2013

Andrés Muñoz A.  
0104198734

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316  
e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103  
Cuenca - Ecuador



---

## Capítulo I

### La importancia de la planificación en comunicación

En este primer capítulo se ha visto la necesidad de tratar sobre la importancia de la planificación en la comunicación, ya que esta permite al productor del programa y al reportero una mejor organización en su plan de cobertura diaria, al mismo tiempo brinda la pauta para el escoger las notas que sea de importancia no para el reportero sino para la teleaudiencia que sigue el programa.

Además las nuevas tecnologías han ejercido una presión sobre los periodistas no solo deportivos sino de toda clase, debido a que se tiene que presentar un trabajo más pulido y profundo para ser difundido.

El trabajo periodístico se desarrolla en tiempo real. Su objeto, la construcción de la información de interés público, responde idealmente a la agenda de veinticuatro horas, que se relaciona con la agenda diaria de las actividades de la sociedad y permite la definición de la noticia como relato de lo que sucedió. A la presión del tiempo se une la complejidad de la propia práctica (búsqueda de la información, acceso y verificación de las fuentes, investigación y consultas de archivo, entrevistas y cobertura de acontecimientos ya planeados o imprevistos y que obligan a la presencia del periodista en el lugar de los hechos, y finalmente interpretación del conjunto de datos para redactar la noticia (Stella 78).

Con este argumento nos queda más claro que la planificación en la cobertura de un periodista es muy importante, para poder transmitir la información desde el lugar de los hechos y esto se consigue solo con un plan de cobertura.



En el caso del programa Deportv tienen una planificación diaria pero que en algunos casos se ve intervenida por las fuentes más relevantes como el Club Deportivo Cuenca, que no tiene un horario determinado de atención a la prensa, esto hace que el plan de trabajo se salga de las manos y se inclinen por buscar otras fuentes que le brinden información para cumplir con su cobertura.

“Según la sección del medio o las agendas en las que trabaje habitualmente, el periodista tiene organizadas cadenas de fuentes, en las que suele haber una fuente primaria estable, fuentes secundarias o accesorias, fuentes para la verificación y fuentes alternativas” (Stella 64).

Es así que el productor y reportero siempre en el desarrollo de la profesión tiene que manejar una variedad de fuentes para respaldar su trabajo buscando veracidad y dinamismo en lo que se va a transmitir a los televidentes.

Para continuar con nuestra investigación realizaremos una revisión bibliográfica que nos ayudara a aclarar algunos conceptos que trataremos a lo largo de nuestra tesina.

### **1.1. La Agenda Propia**

En el mundo de la comunicación lo que busca el receptor son medios diferentes entre sí, que informen, diviertan y entretengan de mejor maneja y diferente, no solo en su inclinaciones, sino que además tengan una esencia y personalidad propia y diferente.

Es importante saber, según Bastenier: “El televidente no va a reprocharnos lo que no publicamos, sino tan solo lo que si damos pero no de mala manera” (139).

- La agenda propia es la información que tenemos y que solo el medio conoce, además se la conoce como primicias.





- La agenda obligada es la que tiene la información que todos conocen y que no se puede dejar de comunicar (138).

La idea al momento de recopilar información es de llegar a un 80% de notas que sean de agenda propia y un 20% de resúmenes diversos.

Es importantísimo incorporar una agenda propia en el mayor porcentaje posible, para que el televidente y sus preferencias se inclinen mucho más hacia nuestra señal televisiva y con esto poder irnos destacando mucho más sobre las demás televisoras locales que son nuestra competencia, sin dejar de lado la difusión de noticias que es de conocimiento de todos.

A los televidentes les gusta la información de primera mano y de última hora, es por ello que para mantenerlos enganchados se debe ampliar la agenda propia.

Conversamos con Andrés Campoverde productor y reportero de Deportv quien nos dio a conocer algunas facilidades y dificultades que encuentran al momento de una cobertura "manejamos nuestra propia agenda y sabemos a dónde acudir y con qué personas hablar sobre determinados temas, las dificultades que se nos presentan, por ejemplo, son en las ruedas de prensa del Deportivo Cuenca, tenemos que ajustarnos a los horarios y disposiciones que ponen a los interesados y la importancia es que siempre vamos a dar relevancia con las noticias de deportistas que se han destacado y en lo local siempre dar importancia al equipo de la ciudad. Campoverde, Andrés, "Manejo de Agenda Periodística " Entr. Andrés Muñoz, Mayo 2013: 1.

Con estas palabras nos queda claro que el programa mantiene un esquema de dependencia, por lo que según Bastenier: "el productor o reportero que aspire a seguir viviendo de ruedas de prensa y de periodismo de declaraciones está tan muerto como su programa" (139). De esta manera el escritor no sugiere que dejemos de asistir a este tipo de actos ya que igual nos pueden proporcionar frases, datos, ideas que sean importante para poder producir noticia, ya que el



productor debe enviar a su reportero a cubrir la rueda de prensa para recopilar la información pero luego él verá si se manda o no esa información.

El autor señala en su libro “Como se escribe un periódico” que todo periodista que asiste a una rueda, reunión o convocatoria de prensa debe publicar hasta la última línea que pueda sacar, amortizando tiempo y esfuerzo. Y es así cuando se cae en un periodismo de declaraciones, la declaracionitis. Y lo peor de todo es que la tolerancia del público se está acabando, lo que dice el director de Clarín, Luis kirschbaum, se llama “hartazgo”.

Para la redacción es importante conocer que es lo que quiere el productor, que quiere que su reportero saque, ya que no es lo mismo redactar una crónica que un reportaje, en el caso del programa Deportv, por ejemplo, cuándo hay un partido de local del Deportivo Cuenca de nuestra ciudad la cobertura no termina en la grabación el partido sino su reportero debe quedarse hasta la finalización de la rueda de prensa que se da después.

## 1.2. Plan de Cobertura

Para realizar un buen plan de cobertura con referencia al tema “**Elaboración de la agenda periodística deportiva**” según El libro “Manual de Géneros Periodísticos” (Mauricio, Cesar “et al 61”), tendremos que cumplir con una serie de pasos que deben elaborarse durante tres etapas, antes, durante y después con el entrevistado en la información que recogeremos en el trabajo de campo. A continuación citamos en qué consisten dichas etapas:

### **ANTES DEL ENCUENTRO CON LA INFORMACION Y EL ENTREVISTADO/S:**

- Puntualizar el tema y la forma en cómo se recopilará la información y la entrevista que se realizará:
- Dirigirse al lugar correcto y elegir al entrevistado pactando una cita para desarrollar el encuentro



- Informarse sobre el tema y el personaje de quien vamos a adquirir información
- Elaborar un guion o cuestionario previamente establecido durante el encuentro con la información y el entrevistado.

#### **DURANTE EL ENCUENTRO CON LA INFORMACIÓN Y EL ENTREVISTADO/S**

- Ejecutar la entrevista previa,
- Poner sobre la mesa el cuestionario
- Tener suma atención para generar contra-preguntas y preguntas adicionales
- Recopilar apuntes claves
- Grabar la entrevista correctamente después del encuentro con la información y el entrevistado

#### **DESPUES DEL ENCUENTRO CON LA INFORMACIÓN Y EL ENTREVISTADO/S:**

- Editar y producir la información recopilada conjuntamente con la entrevista resaltando los datos más relevantes.
- Mostrar de una forma clara tanto el audio como el video, en este caso a través del medio televisivo (Mauricio, Cesar "et al"61).

Dejar de lado uno o varios de estos pasos anteriormente mencionados puede ocasionar grandes barreras en la calidad del producto final, debemos recordar que el periodismo deportivo no es un género fácil y así el reportero tenga gran experiencia en este campo, pues debe mostrar seguridad al formular las preguntas y tener buena improvisación con los entrevistados y más aún cuando toca una entrevista con niños donde las respuestas son cerradas y no le queda tiempo para pensar la siguiente pregunta. Como todo un buen arquitecto el periodista tiene que tener buenas bases para sustentar lo que se va investigar y por ende informar.

Rubén Darío Buitrón dice en su libro Periodismo por dentro "La planificación es el momento sagrado de una sala de redacción. Es el momento de la perspectiva: se habla de cómo hacerlo, no de qué hacer. Se abren espacios



para el debate y la reflexión (Buitrón 130)”. Hay que ponernos en los zapatos del otro es decir del televidente que es lo que él quiere ver, tenemos que recuperar la capacidad del asombro hay que reconquistar el interés del televidente creando propuestas diferentes para que esta llegue al receptor, generar lasos para que la sintonía sea contaste. Esto invita a que todo el equipo: informativo, técnico, logístico conozca lo que está realizando en el cual cada uno sabe lo que tiene que hacer ser proactivo y propositivo de cerrar la nota no solo por cumplir sino de cerrar bien, dejar de lado el continuismo el mínimo esfuerzo que solo nos lleva a la mediocridad y que esto se vería reflejado en el medio televisivo con un minúsculo rating de sintonía o seguidores.

Con esto hay que tener presente que si se plantea una agenda propia bien estructurada, con contenidos claros y de interés para la teleaudiencia, pues los resultados se comenzaran a ver, esto con el rating o con la interacción de la gente a través de llamadas telefónicas, mensajes etc. Es así que el liderazgo da prestigio, credibilidad, reputación y el televidente se siente satisfecho, orgulloso de ser parte de un canal de calidad. Existe un factor que muchas de las veces impide este cambio para bien del canal y sus televidentes y es que los integrantes del medio en este caso el departamento no quiera o ponga resistencia al cambio a las nuevas propuestas de renovación ocasionando el temor y la incertidumbre, en especial si los empleados no tienen claras las resoluciones o si estas parecen poner en peligro su puesto de trabajo.

Si bien es cierto para que una empresa surja debe mantener un estándar de calidad desde las máximas autoridades que están al frente del canal, en este caso, Rubén Darío Buitrón explica que “el reto de conducir este tren es enorme. La retorica o la imposición no tienen sentido. Es necesario un liderazgo que guíe la nave con serenidad pero con firmeza” (137). Con esto definitivamente se ve que si el canal está al mando de un buen



directorio, pues se dará un liderazgo equilibrado, inteligente y justo el mismo que se encargara de transmitir la pasión por el oficio a todos sus productores, reporteros y presentadores quienes son los que difundirán el producto final dejando ver que es un trabajo conjunto y de calidad.

### **1.3. Periodismo Deportivo**

Retrocediendo en la historia de nuestro país se ha visto necesario saber o conocer acerca de cómo nace o quien fue uno de los pioneros en el periodismo deportivo, y para ello revisaremos algunos datos que nos ayudara a tener claro quiénes fueron los antecesores en el periodismo deportivo en nuestro Ecuador

Se le considera un pionero y llegó a ser ubicado entre las tres primeras voces latinoamericanas de la narración deportiva a Ecuador Martínez Collazo, milagreño de 89 años de edad, quien durante 60 años laboró incansablemente frente a los micrófonos. Fue el narrador en la primera transmisión en directo que hubo de un evento deportivo desde otro país, el Sudamericano de Fútbol también en Lima en 1953. Caballero, Alberto "El periodismo deportivo al descubierto". FACCO. 10-08-2012. Web. 23 Junio de 2013. <http://bit.ly/14iYj0N>.

Si bien es cierto el periodismo deportivo ha ido creciendo a lo largo de la historia y debido a su acogida, es que todo medio de comunicación cuenta con un espacio deportivo, donde es el productor y el reportero el que selecciona las notas de interés para la teleaudiencia.

Además de ello hay que saber que el deporte rey en el mundo entero es el fútbol, el mismo que es practicado en diferentes rincones del mundo, esto a hecho que el periodismo deportivo se vaya especializando y mejorando.

De hecho el deporte que más se ve en los programas deportivos es el futbol, debido a que es "pasión de multitudes", con ello la producción de los programas



deportivos buscan captar una mayor teleaudiencia y por ende estar entre los principales programas con una alto rating.

De los 141 mil millones de dólares anuales que mueve el deporte en el mundo, cerca de la mitad corresponde a los Estados Unidos, Latinoamérica por ejemplo, participa con 3.900 millones anuales, donde sólo el 7% de la población deportiva, es decir, las personas que practican el deporte habitualmente, lo hacen de forma profesional y sólo genera entre 3 y 9 empleos por cada mil habitantes.

Ecuador es uno más de los países que ha calcado este modelo. No existen estimados oficiales, ni tampoco los gremios o centros de estudio han podido establecer el monto, pero fuentes periodísticas calculan que de los cerca de \$ 130 millones que mueve el deporte ecuatoriano, \$80 corresponden al fútbol. Incluidos los derechos de transmisión, taquilla, auspicios y transferencias de jugadores; que suelen ser los indicadores directos, pues el deporte del balón mueve alrededor de los estadios, dos y tres veces la taquilla en la venta de productos, transportes y tráfico en establecimientos comerciales, generando empleo indirecto (Caballero 1).

Es por ello que la mayoría de programas a nivel nacional manejan mas temas relacionados con el fútbol, esto debido a su gran acogida que tiene por la teleaudiencia que siguen de cerca sus programas.

Pero hay que tener claro que para mantenerse como programas de alto rating, es muy importante el trabajo en equipo que realicen, productor, camarógrafo, reportero y presentador. Pero una de las aspectos principales para que las notas o noticias sean completas serán las fuentes de donde se obtenga la información.



En este caso el programa Deportv con su productor, reportero y camarógrafo cuentan con sus fuentes más habituales que son el Club Deportivo Cuenca y la Federación Deportiva del Azuay donde se maneja la información diaria y es de interés para la colectividad.

Hay que tener claro que con el gobierno actual se ha comenzado a promocionar todas las disciplinas deportivas, ya no es solo el fútbol el que ocupa un espacio deportivo, sino se ha comenzado a dar un realce al deporte amateur y fruto de ello se han comenzado a ver logros internacionales como por ejemplo la clasificación de 39 deportistas a los pasados Juegos Olímpicos de Londres 2012.

El Ministerio del Deporte arrancó en el 2010 con cuatro Juegos Nacionales por año donde han salido nuevos valores del deporte ecuatoriano.

Como se manifestó el Ministerio del Deporte ya no se basa solo en el fútbol sino realiza estos torneos nacionales en disciplinas que son reglamentadas internacionalmente tales como son: ajedrez, atletismo, baloncesto, boxeo, ciclismo, escalada, fútbol, gimnasia, judo, karate, lucha, natación, patinaje, pesas, taekwondo, tenis de mesa, triatlón y voleibol.

Hay que recordar que son 4 categorías con las que se desarrollan las citas nacionales éstas son: Absolutos, Prejuveniles, Juveniles y Menores.

Es aquí donde entra el papel del periodismo deportivo, que será el encargado de difundir y dar a conocer cada torneo, esto para que todo un país se vaya familiarizando con los diferentes deportes que se practican en nuestro país, además buscando que ya no sean solo estadios de fútbol llenos, si no que ahora se llenen coliseos, pistas, graderíos de piscinas y así los distintos escenarios donde se desarrollan cada deporte antes mencionado.



---

## **Capítulo II: Diagnóstico y Análisis de Contenidos**

### **2.1 Conociendo a fondo al programa Deportv**

El presente capítulo busca conocer todos los detalles del programa Deportv, para saber cómo se ha venido manejando en el tema de la selección de la información para una cobertura, además indagaremos sobre los contenidos que el programa transmite para la teleaudiencia.

Para continuar con la investigación planteada a un principio sobre la Elaboración de una Agenda Periodística Deportiva, se ha visto la necesidad de realizar un análisis de contenidos del programa, donde el equipo de cobertura está conformado por Andrés Campoverde como reportero y Andrés Muñoz como camarógrafo siendo este el único equipo que recolecta la información.

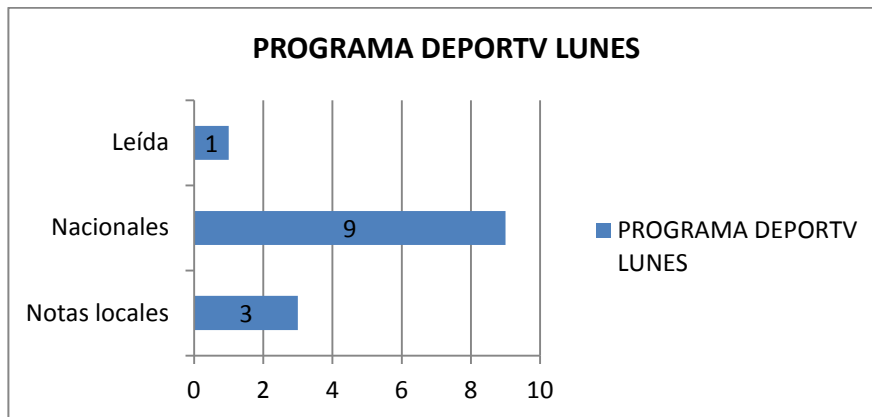
El programa estelar donde se emprende la investigación es Deportv que tiene una duración de una hora y que se transmite en el horario de 20H00 A 21H00 por Unsión televisión canal 25, que tiene cobertura local para Cuenca, alcance a nivel mundial a través de [www.unsion.net](http://www.unsion.net).

Para el análisis planteado se ha considerado los días lunes 27, martes 28, miércoles 29, jueves 30 y viernes 31 de Mayo de 2013, donde se pudo observar y verificar algunos datos que nos ayudaran a nuestra investigación.

- El primer punto que se comprobó fue que el programa consta de 14 a 15 notas diarias, mezcladas entre noticias locales, nacionales e internacionales.
- En este caso el día lunes 27, el programa tuvo en su programación 3 notas locales, 9 nacionales, 2 internacionales y una nota leída por el presentador acerca de la tabla de posiciones del campeonato nacional

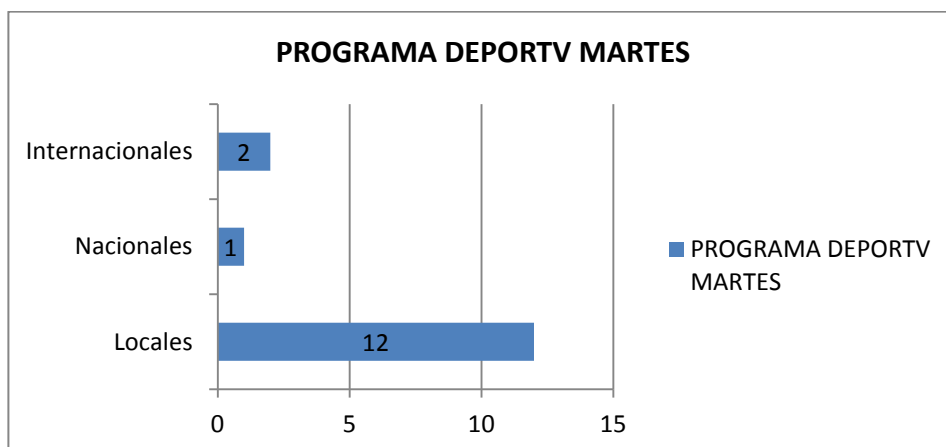


de fútbol, una de las novedades que se pudo evidenciar en este día fue que todas las notas eran relacionadas con fútbol.



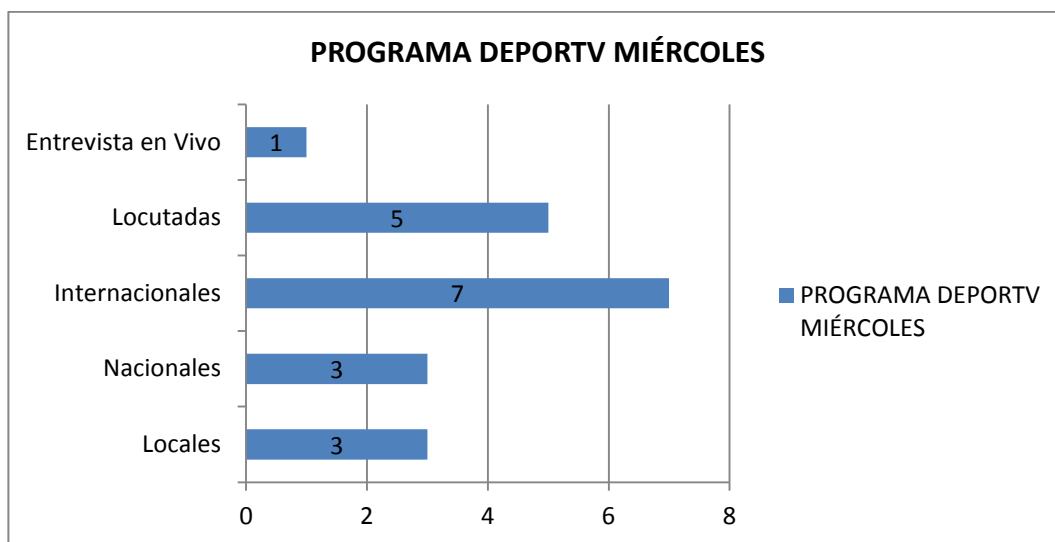
El día lunes Deportv presentó este esquema de programación debido a que los fines de semana se juegan la mayoría de encuentros de fútbol en las diferentes ligas, y en este caso el campeonato ecuatoriano de fútbol donde el productor se centró en obtener los resúmenes de los seis partidos que se juegan en cada fecha y luego completando con entrevistas a los actores de cada partido.

- Para el martes 28, la programación fue distinta, se presentaron 12 notas locales, 1 nacional y 2 internacionales, este día con la novedad fue que el 90 por ciento de su programación estuvo dedicada al deporte amateur.



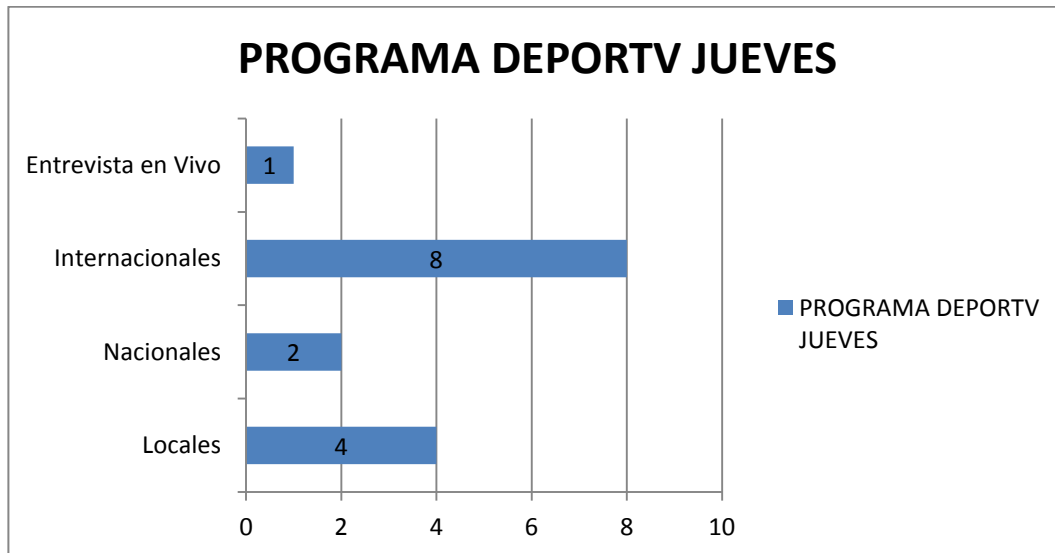
En este caso el día martes la estructura del programa dio un giro de 360 grados, como nos deja ver el análisis se pudieron presenciar 12 notas locales lo que muestra el desequilibrio de parcialidad en notas locales, nacionales e internacionales.

- El miércoles 29, se visualizaron 3 notas locales, 3 nacionales y 7 internacionales teniendo en cuenta que 5 de ellas fueron locutadas por el reportero Andrés Campoverde; por otro lado se tuvo un espacio de entrevista con el deportista Pablo y Rodrigo Matute grandes patinadores de la provincia del Azuay.



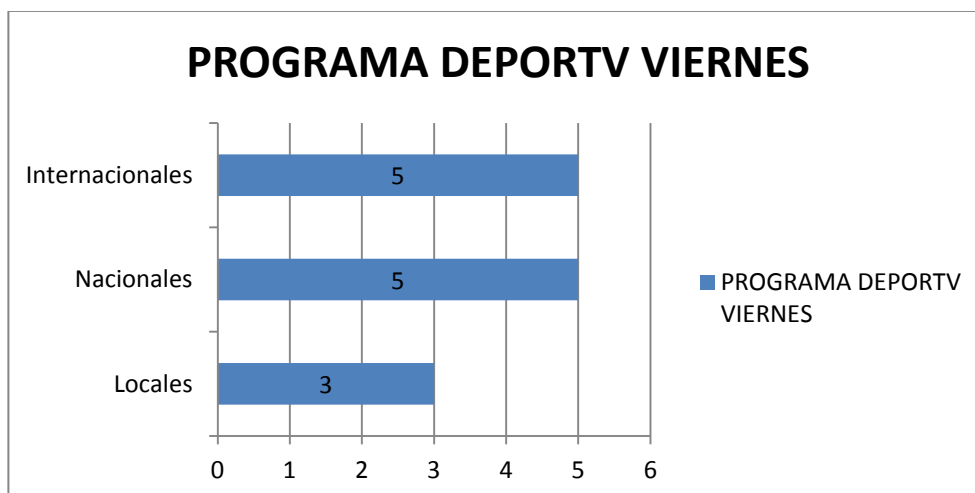
Dentro de la programación del día jueves en cambio se pudo ver un mayor número de notas internacionales, dejándonos como conclusión que no hay una planificación de cobertura ni una estructura definida en cuanto al programa se refiere.

- La programación del jueves 30, presentó 4 notas locales, 2 nacionales y 8 internacionales 3 de ellas locutadas por el reportero del programa; también se conto con un espacio de entrevista sobre el tema de la Carrera Pasa 3k.



Una vez más se puede contemplar que en el día jueves hubo una mayor cantidad de notas internacionales, lo que le hace perder al programa cierto interés debido a que es un canal local y hay que brindar por lo menos una igualdad de notas locales.

- Y cerrando la semana el viernes 31, se pudo ver 3 notas locales, 5 nacionales y 5 internacionales; una de las novedades que se pudo conocer es todos los viernes se presenta un resumen con las mejores novedades de la semana.





Y el viernes solamente se confirmó que se ha estado manejando de manera incorrecta el programa, esto debido a que se presentan más notas internacionales y nacionales antes que las locales, lo cual puede hacer que el televidente pierda el interés de sintonía.

De acuerdo con el productor del programa Andrés Campoverde, Deportv mantiene una alianza estratégica con el canal del Estado Ecuador tv, la cual consta en intercambiar información diaria, esto con el fin de contar con noticias a nivel nacional buscando tener variedad en el esquema del programa.

Con esto, el análisis estadístico que nos deja esta investigación sobre el esquema diario del programa, es que mantiene una variedad de noticias dentro de su estructura, hablamos de notas locales, nacionales e internacionales y como pudimos observar el día miércoles 29 y 30 de Mayo de 2013, también cuentan con espacios para entrevistas en vivo, lo cual demuestra un mayor dinamismo y sobre todo ese apoyo que brindan en estos casos para reconocer los triunfos de los deportistas y para promover eventos deportivos como el tema tratado en el día jueves donde impulsaron la Carrera Pasa 3k.

Pero una de las cosas negativas que podemos ver a lo largo de este análisis es que dentro de esta variedad que presenta el programa, no hay un equilibrio de notas, es decir si hay 15 notas pues se tendría que buscar la manera de que se estructure con igualdad de noticias ya sea 5 locales, 5 nacionales y 5 internacionales, así se vería un programa completo que cumple con los requerimientos de un programa de alto nivel.

## **2.2. Temas y Fuentes**

Uno de las cosas principales dentro de la búsqueda de información son las fuentes y los temas a tratar, Stella Martini manifiesta en su libro Periodismo, noticia, y noticiabilidad que "por lo general, los autores (McQuail: 1998; Wolf: 1991; van Dijk: 1990; Gans: 1980) distinguen entre fuentes en sentido estricto, o



fuentes de primer orden, y las fuentes de segundo orden, las agencias de noticias y los otros medios" (67).

En este caso podemos determinar cómo fuentes de primer orden a todas las instituciones deportivas o a los dirigentes, entrenadores o deportistas quienes son los encargados de brindar la información al momento de realizar la cobertura diaria. Por otro lado las fuentes de segundo orden podrían recaer sobre las agencias de noticias.

De esta manera se pudo conversar con el productor del programa quien en una entrevista brindó detalles de cómo se maneja la cobertura diaria en la información de su programa: " Nos basamos en boletines de prensa que se nos envía por parte de las instituciones deportivas de la ciudad, invitaciones que nos realizan en torno a diversas actividades deportivas además de la investigación de campo que se realiza para generar nuestras propias fuentes de información." Campoverde, Andrés, "Temas y Fuentes " Entr. Andrés Muñoz, Mayo 2013: 1.

Según lo manifestado por el productor, se evidencia que existe una dependencia de las instituciones deportivas, lo cual es perjudicial para el desarrollo del trabajo periodístico, ya que uno como periodista tiene que moverse en busca de la información y no esperar a los boletines y ruedas de prensa. Hay que tener en cuenta que un medio de comunicación trabaja para transmitir una información que sea de interés para la teleaudiencia mas no para intereses personales, diligencias entres otros.

Otra de las interrogantes que se tenía era a qué temas o disciplinas daba prioridad a la hora de la cobertura y porqué: " Dependiendo de la información, por lo general la prioridad tiene deportivo cuenca, por ser el único equipo de la ciudad y su constante participación en cada una de las fechas del campeonato nacional y su trayectoria dentro del fútbol ecuatoriano, sin embargo hay momentos y eventos como los pasados IV juegos nacionales absolutos que se



desarrollaron en cuenca y en 4 cantones por lo que la atención y el centro de la información fue para este evento. Campoverde, Andrés, "Temas y Fuentes " Entr. Andrés Muñoz, Mayo 2013: 1.

De igual forma dentro del análisis se puede evidenciar que se está procediendo mal a la hora de la cobertura, si bien es cierto Deportivo Cuenca es importante pues el resto de deportes también lo son, así como se manifestó en el análisis de contenidos se tiene que buscar un equilibrio en las notas y no desmerecer al resto de deportes.

Al mismo tiempo Andrés Campoverde dio a conocer qué noticias da prioridad en su programa, notas locales, nacionales o internacionales y porqué " Depende de la importancia de la información, se da la relevancia del caso y se enfoca en cada tema si hay temas locales que son prioridad se las trata como tal igual sucede con las nacionales y las internacionales Campoverde, Andrés, "Temas y Fuentes " Entr. Andrés Muñoz, Mayo 2013: 1.

En el análisis de contenidos que realizamos nos muestra que hay días que existen siete u ocho notas diarias, ya sean estas locales, nacionales o internacionales, definitivamente hay que tener en cuenta que si mostramos muchas notas de una misma localidad pues se puede llegar a cansar al público, lo que puede provocar que disminuya la audiencia que se ha conseguido.

Sobre cuántas fuentes principales maneja en su programa y cuáles son esas fuentes y porqué el nos respondió: "De cobertura tenemos a dos fundamentales caso Federación Deportiva del Azuay y deportivo cuenca, como se dijo en una pregunta anterior; deportivo cuenca por ser el equipo de la ciudad y todos los hinchas del cuenca desean saber sobre su equipo, y Federación Deportiva del Azuay siempre tiene actividad con la preparación de sus diversas disciplinas para varios eventos que se generan tanto en la ciudad en el país y fuera de



ecuador" Campoverde, Andrés, "Temas y Fuentes " Entr. Andrés Muñoz, Mayo 2013: 1.

Si bien es cierto en nuestra provincia existen muchos hinchas del Deportivo Cuenca, pero no olvidemos que existen 11 equipos más dentro del campeonato ecuatoriano de futbol a los que les puede dar el seguimiento con la ayuda de la alianza que tienen con Ecuador Tv, además a los mismo hinchas del club cuencano les puede gustar los distintos deportes que impulsa la Federación Deportiva del Azuay, es así que se tiene que buscar más fuentes para ser repetitivos con los personajes y los deportes.

Sobre qué géneros periodísticos utiliza en sus coberturas y dentro de su programa explico: "La entrevista es la principal por la rapidez con la que se maneja la información" Campoverde, Andrés, "Temas y Fuentes " Entr. Andrés Muñoz, Mayo 2013: 2.

La rapidez es una de las virtudes principales para trabajar en un departamento de noticias, y solo un trabajo planificado podrá ayudar a que se puedan emplear nuevos géneros periodísticos que puedan ayudar a un mayor dinamismo de la programación.

Sin embargo Andrés Campoverde supo manifestar que para llegar a estar en punto alto de calidad necesita Tener mayor personal para delimitar los campos de acción de cada uno de los participantes del programa, poder crear un producto visual de mayor calidad con la realización de varios segmentos para el agrado del televidente.

Un medio de comunicación tiene que realizar una gran inversión en todo, (personal, parte operativa, técnica, equipos), si quiere tener un nivel alto de producción propia. Y como lo menciona el productor del programa, pues no se puede dar cobertura a la mayoría de deportes por las limitaciones que se tiene



en cuanto al personal, en este caso un solo equipo de cobertura no puede cumplir con las tres ediciones que presenta el programa al día.

Por otro lado nos dio a conocer las referencias que tiene sobre las disciplinas deportivas que son de interés para el público: " Al ser Cuenca una ciudad deportiva por excelencia se tiene referencia de varias disciplinas, la principal el fútbol con deportivo cuenca y varios de los equipos de segunda categoría, otra podría ser la natación que tiene mucha aceptación por parte de la gente, la marcha atlética, ciclismo, entre otras más" Campoverde, Andrés, "Temas y Fuentes " Entr. Andrés Muñoz, Mayo 2013: 2.

De seguro un plan de cobertura ayudara para que se pueda llegar a la mayor cantidad de deportes, donde se podrá llegar a todos los intereses que busca el televidente en relación con su deporte favorito.

Otro de los puntos que pudo tocar fue el de cómo se prepara el equipo de comunicadores para una cobertura de un tema no muy conocida y la respuesta fue muy clara donde dice que sobre algún tema que no conocen, tratan de interiorizarse en el mismo con información que brinda la internet y luego con los involucrados realizan un conversatorio previo para estar más al tanto del tema, lo que si hay que tener en cuenta que el entrevistado como el entrevistador se tienen que sentir cómodos y en lugar de ser una tensa conversación sea fluida y puedan intercambiar conocimientos.

Y como siempre en la vida, se debe tener una referencia de a donde se quiere alcanzar pues sin duda que tienen en la mira a programas internacionales como central Fox y Sport Center de Fox Sports y Espn a nivel de periodistas deportivos hay personalidades como Fernando Miembro de argentina. A nivel local, Guifor Trujillo, Leonardo Guillen, Juan Pablo Campoverde, Luis Coronel, Romeo Moscoso, Andrés Muñoz Araneda.





Con esto nos aclara el panorama para saber cómo y de qué manera obtienen la información, a parte que nos esclarece otros puntos como la preparación previa antes de una entrevista y los referentes que tienen en el mundo del periodismo deportivo lo cual ayudara de mucho para el planteamiento de una agenda periodística.

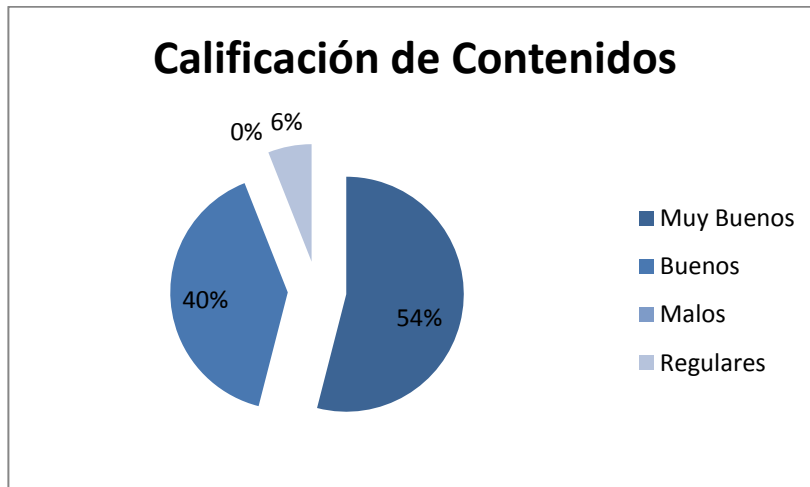
### **2.3. Importancia de la teleaudiencia en el programa**

Sin duda que para un medio de comunicación la teleaudiencia es de suma importancia para mantenerse en los más altos estándares de sintonía, pero esto de alguna u otra manera ejercen una presión sobre el medio para que la información y los programas difundidos sean de calidad y con profesionalismo brindando noticias de interés para los seguidores.

Es así que en el proceso de esta investigación fue necesario utilizar uno de los géneros periodísticos que será de suma importancia para el planteamiento de propuestas con relación a la Elaboración de una Agenda Periodística Deportiva, para ello aplicamos 50 encuestas con un total de 7 preguntas.

La encuesta se realizo a 37 varones y 13 mujeres, las mismas que se aplicaron en edades desde los 15 hasta los 34 años de edad. En esta ocasión se puede ver que los varones son uno número mayor de televidentes deportivos del programa Deportv.

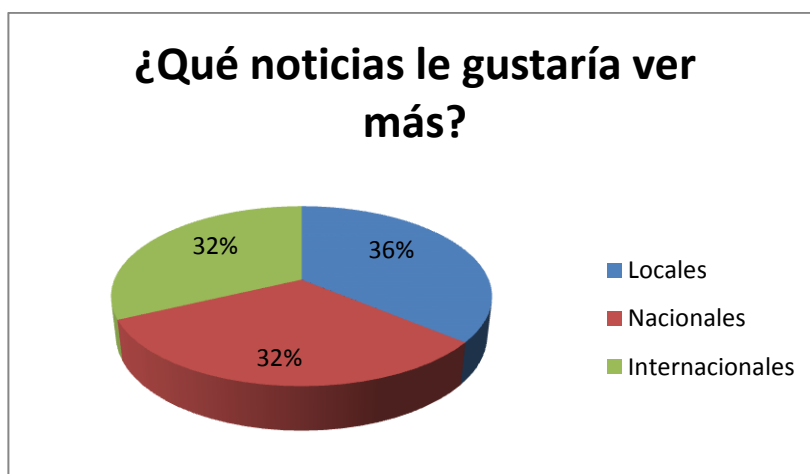
La primera pregunta tenía como propósito que el televidente califique los contenidos del programa; y las respuestas fueron las siguientes: muy buenos 27 personas, buenos 20 y regulares 3, quedándose con un cero de porcentaje la opción de malos.



Las respuestas aquí consignadas, deja ver en un gran porcentaje que los contenidos del programa gusta a los televidentes, y un mínimo de seguidores que pone en alerta para descifrar que está faltando o que está fallando para llegar a un nivel óptimo.

De la misma manera al registrar estos resultados asigna una mayor responsabilidad para la producción del programa con el fin de mejorar y no ser conformistas con lo que se está brindando al público.

Sobre que noticias le gustaría ver más, Locales, Nacionales o Internacionales la gente respondió: Locales 18 personas, Nacionales 16 e Internacionales 16.





Como mencionamos anteriormente y ahora las encuestas nos permiten afirmar, que lo que el público quiere ver en un programa es una variedad y un equilibrio en notas locales, nacionales e internacionales. Quizá en esta ocasión por los resultados obtenidos en esta pregunta se puede analizar tener una o dos notas locales más que las otras, es decir si tenemos 15 notas pues tener 6 notas locales y el resto divididas en nacionales e internacionales.

La siguiente pregunta trataba de si el programa Deportv llena las expectativas de los televidentes: 42 de las encuestas fueron positivas mientras que un mínimo porcentaje 8 fueron negativas.

Dentro de las respuestas negativas que arrojó la encuesta existen varias observaciones por las cuales los televidentes manifiestan que el programa llena sus expectativas:

- 4 de las ocho encuestas se refieren a que en el programa se habla mucho del Club Deportivo Cuenca.
- 3 encuestas manifestaron que falta mayor variedad en las disciplinas deportivas.
- Y una de ellas aclara existe información desactualizada

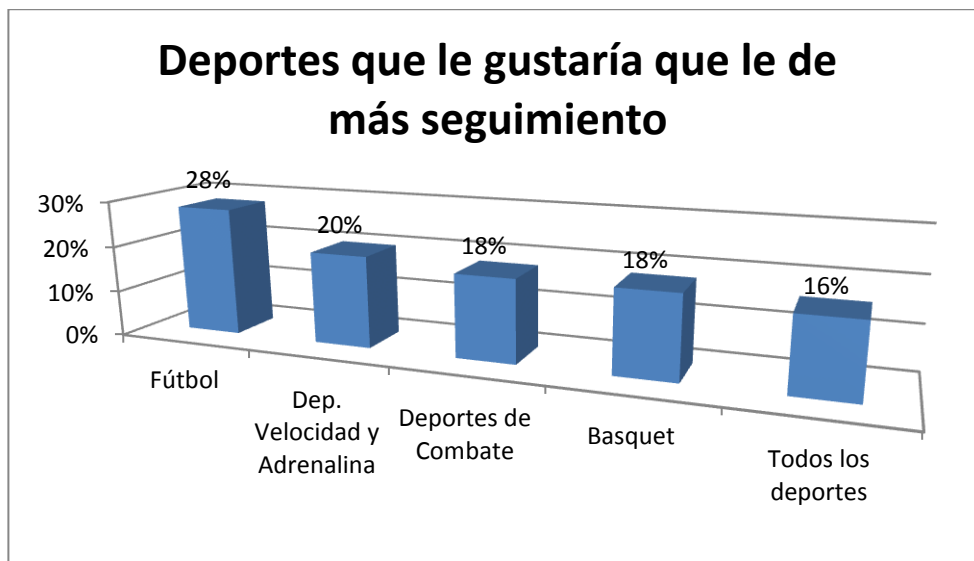
Por otra parte las 42 encuestas que fueron positivas, deja ver a las claras que la teleaudiencia se muestra contenta con el programa, dando la contraria a una de las respuestas negativas manifestando que el programa si tiene esa variedad en la información deportiva y dando ese espacio a las distintas disciplinas.

Si antes habíamos constatado que la sintonía del programa es buena, pues ahora las respuestas negativas que se han obtenido se llega a la conclusión de que no se puede tener una cobertura diaria del Club Deportivo Cuenca, ya que esto de alguna manera está cansando al televidente, porque recordemos que el programa no está dirigido solo para la hinchada del equipo de la ciudad, es aquí

cuando se debe mostrar la imparcialidad a la hora de la cobertura y a la hora de la difusión.

Continuando con la encuesta, en la pregunta cuatro se preguntó ¿A qué deporte le gustaría que se le dé más seguimiento o cobertura?

La teleaudiencia respondió que les gustaría que se le dé más cobertura al deporte "rey" el fútbol (14 personas/50), por otro lado 10 personas respondieron que se le debe dar más cobertura a los deportes de velocidad y adrenalina entre ellos, formula 1, motos Gp, Motocross, Ciclismo entre otros; así mismo 9 encuestas manifestaron que se le dé más seguimiento a los deportes de combate principalmente al box y karate; otra de las peticiones es que se cubra un deporte como el básquet que dentro del programa no ha tenido su espacio; y al mismo tiempo 8 televidentes piden que se pueda cubrir la mayor cantidad de deportes.



Como podemos ver, el fútbol es el deporte que tiene más seguidores, pero también se puede observar que hay otros deportes que la teleaudiencia pide se los de a conocer a tras de la pantalla.



Y si el fútbol es el deporte con mas acogida, hay que saber que le podemos dar una variedad con los diferentes torneos de fútbol que hay en el mundo, como por ejemplo en el ámbito local el zonal de ascenso, intercolegial etc., a nivel nacional el campeonato ecuatoriano tanto en la serie "A" como en la serie "B", a nivel internacional los torneos más importantes del mundo como Copa Libertadores de América, la UEFA Champions League y como olvidar eliminatorias que es de interés para todo un país.

La quinta pregunta de la encuesta estaba destinada a conocer qué se tiene que cambiar en el programa Deportv.

- Las respuestas fueron diversas, pero una mayoría 19 televidentes coincidieron en un aspecto muy importante, la imagen del set de televisión, la imagen de los boomer de presentación del programa, además también hacen un llamado para cambiar de set hacer una readecuación y tratar de cambiar cada cierto tiempo.
- 10 personas piden un cambio de presentador
- 8 encuestas más añaden que no se debe cambiar nada que se ve bien el programa como sale al aire.
- 4 más dan a conocer que si se pudiera aumentar un presentador más fuera excelente, por el dinamismo y por que ya existen dos puntos de vista.
- 9 encuestas terminaron en blanco dentro de esta pregunta.

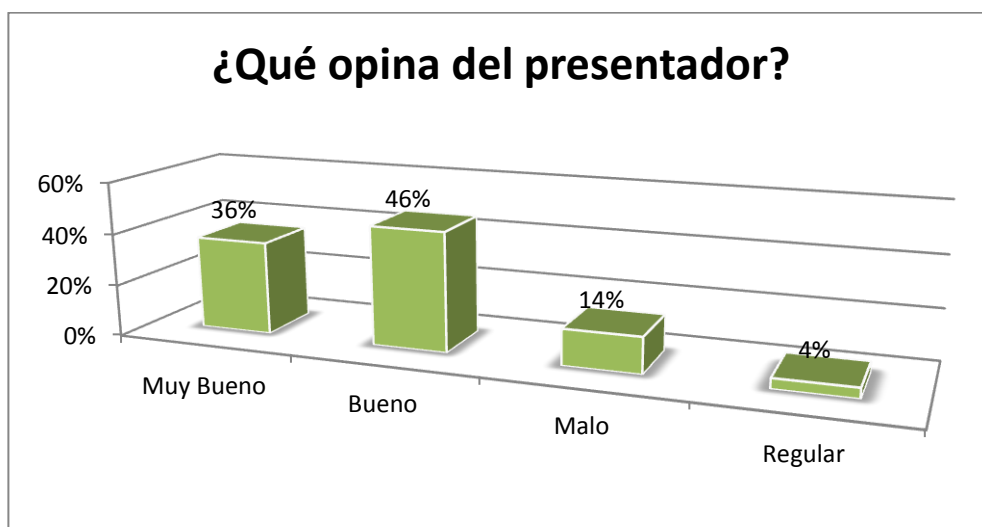
Algo muy importante dentro de la televisión es la imagen, es así que las respuestas obtenidas en las encuestas que algo principal que llama la atención a los televidentes es el set, un set bien iluminado, moderno dará la pauta para que se ubique en los sitios estelares de rating.

Por otro lado piden el cambio de presentador, pero esto se debe a que el mismo se inclina por abordar mas temas relacionados con deportivo cuenca y esto se

puede convertir en algo rutinario, y como toda rutina cansa pues la gente está comenzando a sentir dicho cansancio, por eso ahora piden una variedad en las notas.

En la sexta pregunta se recogió la opinión de los televidentes con respecto al presentador.

- 23 encuestas concordaron que el presentador del programa Guifor Trujillo es muy bueno, esto por el buen desenvolvimiento escénico que muestra a la hora de presentar la nota o información.
- De igual manera 18 televidentes manifiestan que el presentador del programa es bueno, porque tiene conocimiento de varios temas, y por su desenvolvimiento ante la pantalla.
- Por otro lado hubieron 7 personas que calificaron de malo al presentador, por tener una parcialidad al hablar solo del Deportivo Cuenca.
- Y también dejaron 2 calificaciones regulares argumentando que solo habla del Deportivo Cuenca.



Queda claro con esta pregunta que el presentador del programa es muy bueno, por toda su experiencia laboral más de 45 años en el mundo del periodismo deportivo Guifor Trujillo es reconocido no solo a nivel local si no en distintos



lugares del país, y esto da la pauta para que el productor junto con el presentador mantengan una equidad en el manejo de contenidos que pide la teleaudiencia.

Ya en la última pregunta de la encuesta se consulto a los seguidores del programa que si les interesa tener un espacio en el mismo donde ellos puedan dar su opinión, comentario etc.

La teleaudiencia respondió en un mayor porcentaje que le gustaría ser parte del programa vertiendo sus opiniones y comentarios, esto lo demuestran los resultados obtenidos en las encuestas dejando ver que a 29 personas les gustaría tener este espacio, y a 21 que solo les gusta ser espectadores.

De esta manera el análisis de contenidos, la entrevista, y las encuestas han ayudado para poder tener con mayor precisión como se ha venido manejando el programa deportivo.

Con esto el panorama queda claro, para saber que quiere ver la teleaudiencia en el programa, también pudimos analizar el tipo de cobertura que realiza el reportero la cual ha dado el paso a que el programa tenga un mayor contenido del Deportivo Cuenca lo cual se deberá cambiar para mantener y aumentar la sintonía.

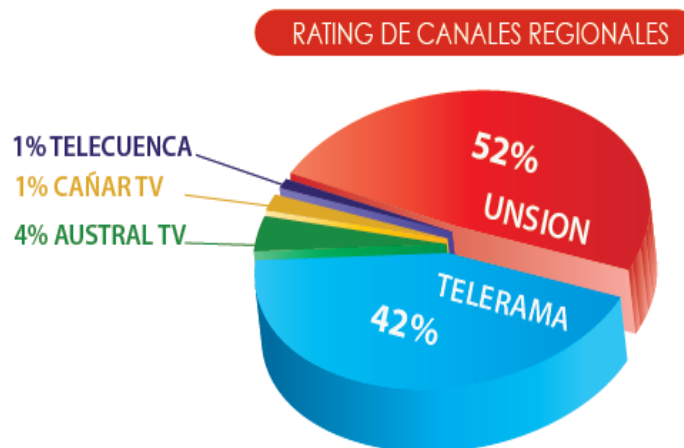
Además esta investigación nos muestra que el programa no maneja ninguna agenda o planificación en su cobertura diaria, lo que hace que el trabajo se complique y se vuelva un trabajo sin mucha investigación o superficial, es por ello que en el siguiente capítulo abordaremos varias propuestas para el mejoramiento del programa y que pueda cumplir con uno de los objetivos que es el de ser el mejor programa deportivo de Cuenca.

## CAPÍTULO III

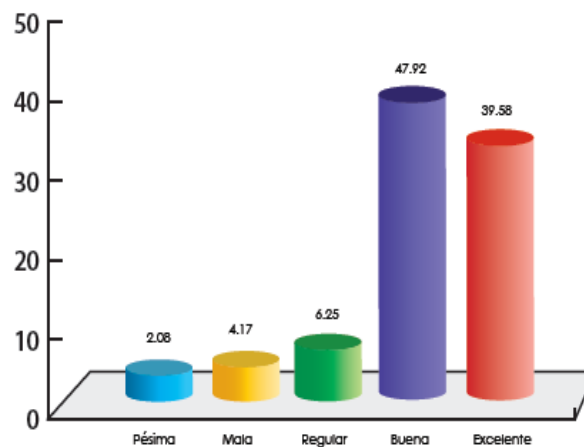
### Capítulo III Propuesta de cobertura periodística

#### 3.1 La variedad y profundidad de contenidos en la información deportiva

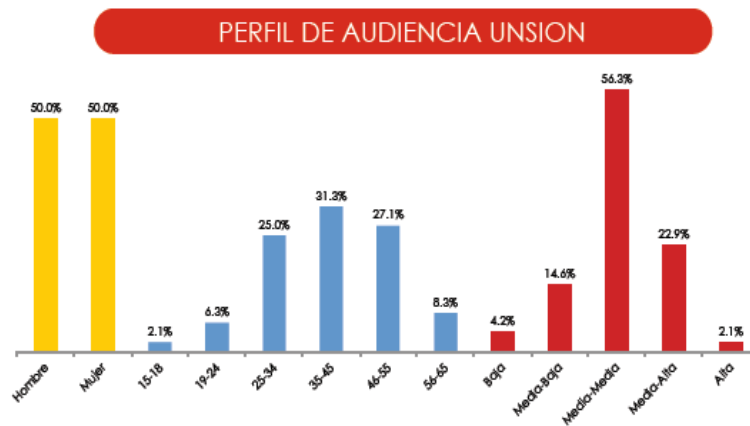
Para continuar con la investigación se ha visto necesario citar un estudio de rating realizado dentro de Unsión Televisión desde el 22 de Octubre al 29 de Octubre de 2012, esto por la empresa ADVANCE CONSULTORA quien fue la encargada de dar los siguientes resultados:



#### CALIFICACION A PROGRAMACION UNSION







FICHA TÉCNICA RATING UNSIÓN

<b>Universo (N):</b>	Población de Cuenca con acceso a teléfono (cobertura telefónica 95% del cantón)
<b>Muestra (n):</b>	200 encuestas por día; total de 1.400 encuestas
<b>Error:</b>	3%
<b>Intervalo de confianza:</b>	95%
<b>Método de encuesta:</b>	CATI
<b>Periodo de medición:</b>	22 de octubre 29 de octubre
<b>Empresa encargada:</b>	Advance CONSULTORA
<b>Apoyo técnico:</b>	ACIM (Asociación Colombiana de Investigación en medios)

MUESTREO  
14 SECTORES  
CUENCA

BASE TOTAL  
ENTREGADA  
1574

TARGET  
BAJA 14%  
MEDIA 61%  
ALTA 25%



ADVANCE CONSULTORA  
Dirección: Calle Los Frenos 1-112 entre Artumbay y Av. Pavucarbamba  
Edificio Los Frenos 2 - Local Comercial 001 (Interior)  
Teléfonos: (593) 07 2887728 :: (593) 07 4303043

De acuerdo a este estudio de rating citado anteriormente, podemos observar que Unision Televisión es el canal con más audiencia en Cuenca, y dentro de este rango de más sintonía se encuentra el programa Deportv que pese a algunos errores que se han estado cometiendo dentro del esquema y el manejo del programa se ha mantenido como uno de los programas más vistos de la programación que transmite este medio local.

Por esta razón, la investigación que se ha realizado servirá para corregir estos errores que se han estado cometiendo y además con todos los datos que se pudo recolectar ayudara para el planteamiento de una Agenda Deportiva Periodística, esto con el fin de que el programa pueda contar con un plan de cobertura diaria, la cual facilite el trabajo del periodista pero al mismo tiempo de la pauta para realizar un trabajo investigativo y profesional. Esto dará paso a



que el programa sea más dinámico a la hora de estar al aire y con esto de a poco ir aumentando más la teleaudiencia del programa Deportv.

Así se tiene presente que un medio de comunicación debe transmitir a su audiencia información veraz, valores y entretenimiento lo que hará que la sintonía llega a un nivel óptimo. Pero hay que destacar la importancia de "la teoría de usos y gratificaciones que sugiere que las personas usan los medios de comunicación o los contenidos de estos para satisfacer necesidades existentes. Queda abierta la cuestión, si efectivamente obtienen lo que buscaban. La satisfacción de una necesidad y la gratificación que se obtenga determina la exposición del medio " (Fernández y Galguera 104).

Es así que se buscara cumplir con esta teoría de usos y gratificaciones, que es de suma importancia para poder cumplir con las necesidades que exigen los televidentes dentro de un programa deportivo de gran nivel de sintonía como lo es Deportv.

Hay que reconocer que cada uno de los géneros periodísticos que se han aplicado en esta investigación; la entrevista con el productor del programa, las encuestas con los televidentes y el análisis de contenidos, nos han ido arrojando varios datos importantes que se sumaran a nuestro planteamiento de la agenda diaria.

Dentro de la planificación general del programa se ha llegado a la conclusión que el programa necesita una variedad y un equilibrio de contenidos todos los días, con esto se establecerá que dentro del libreto se debe contar con un total de 15 notas diarias, y según lo que pide el televidente es que se dé a conocer más notas locales, esto en un 60 por ciento, lo cual se traduce en la transmisión de 6 notas locales, y entre nacionales e internacionales se completaran las 15 notas que serán difundidas.



Uno de los primeros puntos que queda planteado será la cobertura con el Club Deportivo Cuenca, que según los tres géneros aplicados en el capítulo dos, dejaron ver que se está cometiendo un grueso error que con este punto se espera reestructurar este tema.

Si bien es cierto la encuesta, el productor y el análisis de contenidos concordaron que Deportivo Cuenca es el único equipo de la ciudad y el más importante, pues así lo haremos ver ante la teleaudiencia, pero dejando de lado la rutina y ya no hablando del conjunto austral todos los días, en este caso quedaría sentado que la cobertura se realice tres días a la semana dependiendo de la importancia del entrenamiento. Todo esto con el objetivo de no cansar a los televidentes que mencionaron que en el programa se habla solo del Deportivo Cuenca.

Otro punto importante es que hagamos una cobertura variada, pero también teniendo en cuenta los intereses del televidente, es decir la teleaudiencia ha podido expresar a través de las encuestas, que les gustaría ver deportes de combate, velocidad y deportes extremos, con estas peticiones podemos tener en cuenta los deportes a la hora de estructurar la agenda periodística, teniendo en cuenta que entre los deportes de combate están, el box, karate, tae kwon do, jiu jit su, judo, lucha entre otros, en velocidad tenemos automovilismo, 4x4, motocross, ciclismo, polaris, etc, y en deportes extremos la escalada, patinaje extremo, down hill entre mas deportes que nos pueden brindar la variedad para cubrir las necesidades que el televidente busca en el programa.

En el caso de las entrevistas a la hora de la cobertura y donde no se tenga un mayor conocimiento del tema; investigaremos con anterioridad para poder tener un mejor desenvolvimiento ante el entrevistado y de esta manera poder llevar con mayor precisión la información a la teleaudiencia.



Algo que se tendrá en cuenta para la difusión de la noticia será la duración de la misma, donde queda claro que se debe brindar una información rápida, buena y concreta, es así que el reportero deberá mostrar su profesionalismo para cumplir con éxito estos estándares de excelencia.

Por supuesto una de los pasos principales será el de poder definir tres o cuatro fuentes principales para poder darle variedad a la cobertura diaria que estará al aire dentro del programa.

Además dentro del planteamiento, tenemos que dejar de un lado el ser dependientes de ruedas de prensa o boletines, ya que estos limitan nuestro trabajo, lo que se si se recomienda es poder incluir a estas ruedas de prensa y boletines como parte de la agenda.

Con la cobertura diaria que se realice y con los puntos mencionados anteriormente se podrá llegar a un punto óptimo de sintonía, transmitiendo calidad, confianza y veracidad a los televidentes de Deportv; con todo esto el programa maneja una estructura básica que constara de 4 bloques, un bloque con notas relacionadas al fútbol que es el deporte que más ha pedido el televidente, claro está que no se maneja solo futbol local si no se podrán incluir otras ligas. El otro bloque será dedicado cien por ciento al deporte amateur donde también podrá incluirse todos los deportes que el televidente menciona en las encuestas. Un tercer bloque que constara de notas internacionales, y un cuarto bloque donde se tendrán notas deportivas novedosas.

### **3.2 Como llegar a los televidentes Online**

Dentro de las propuestas que se han elaborado en esta investigación está la transmisión de la señal televisiva a través del internet, en este caso Unision Televisión cuenta con una página web donde exponen todo el trabajo, información y los programas que tiene el canal, esta página es [www.unsion.tv](http://www.unsion.tv)



Con esta propuesta se pretende estar actualizado con la tecnología buscando sacar provecho de las facilidades que nos brinda la red para llegar a los televidentes del medio de comunicación.

Es así que nos encontramos en la actualidad ante un nuevo modelo comunicativo, que podemos denominar interactivo. Este modelo es singular por el uso que se hace de él, y resulta ser la antítesis del modelo clásico unidireccional. El espectador puede elegir detalles de la trama de una serie televisiva, o acceder a una noticia concreta. La interactividad permite búsquedas y navegación, creación de universos reales o virtuales, acceso a información, compras o entretenimiento. Rodríguez, Carmen. "Televisión en Internet". Dialnet. 2010. Fundación Dialnet. Web. 23 junio. 2013 <http://bit.ly/10LoH6O>.

Y como nos menciona la página citada lo que también se busca con este acceso televisivo vía internet es la interactividad con el televidente ya que las encuestas demostraron que a mucha gente le gustaría participar del programa, y mediante este medio será el espacio perfecto para poder tener esa retroalimentación con la teleaudiencia.

Por ende se propone invitar a todos los televidentes a seguir las redes sociales que maneja el canal para que a través de las mismas puedan tener esa interactividad y puedan ser parte del programa enviando sus mensajes o correos electrónicos. Es así que el medio de comunicación ha creado sus páginas en las principales redes sociales Facebook – Comunidad Unsión Tv. Y en Twitter - @unsión.tv, de esta manera el televidente podrá ser parte del programa.

Hay que recordar que en estas redes sociales también se manejan concursos, trivias, esto con el fin de dar a la audiencia un rol más activo con el medio de comunicación y con los programas que son transmitidos en la pantalla del canal televisivo.



Y claro está que la página del canal [www.unsion.tv](http://www.unsion.tv) es un buen escenario para poder publicar cada una de nuestras coberturas, esto para que los seguidores del programa puedan obtener el contenido que buscan, o que les agrada y desean volver a verlo. Es así que se buscará la interactividad con el espectador a través de internet, ya que ahora son más los que navegan diariamente buscando siempre algo nuevo, actual y entretenido.

Existen algunos contenidos que manifiestan el gran auge del internet en los últimos años como por ejemplo el que veremos a continuación:

Es indiscutible que, con el formidable desarrollo de Internet, la televisión experimenta una decisiva transformación, y el mismo espectador es diferente. El futuro de la televisión –anticipaba Nicholas Negroponte- es la computadora PC. Mientras los medios de difusión convencionales promueven la pasividad dirigida, Internet posibilita la interactividad. La televisión se convierte en contenido de Internet (Rodríguez 127).

Esto nos deja ver que definitivamente el internet es una herramienta muy importante para el objetivo que buscamos que es el tener una agenda periodística bien planteada para que los contenidos sean claros y que puedan ser publicados ya no solo a través de la pantalla televisiva si no ahora a través de la pantalla de un computador donde se puede llegar al planeta entero y donde exista la posibilidad que se puedan abrir puertas en el ámbito profesional. Así cabe mencionar una frase que servirá para nuestro vivir diario: "Confía en ti mismo para conseguir tus objetivos. La espera puede hacerse larga, pero todo esfuerzo tiene su recompensa".



## **Conclusiones**

Si bien es cierto el tema que se escogió, Elaboración de una Agenda Periodística Deportiva, fue debido a la incógnita de saber si los medios de comunicación en su programación deportiva cumplen con una agenda deportiva diaria para su cobertura, es así que la investigación se la realizó en un canal televisivo de Cuenca, Unsión Televisión, donde se escogió el programa Deportv para la aplicación de distintos métodos investigativos, los mismos que dejaron evidenciar que el espacio deportivo no manejaba una agenda diaria para su cobertura, es ahí cuando se pudo ver que la estructura del programa no era la apropiada para la teleaudiencia, esto debido a los resultados que arrojaron los diferentes géneros periodísticos que se aplicaron dentro de esta tesina.

Con todos los resultados obtenidos quedó planteada una propuesta con la que se puede mejorar la estructura del programa y tener más rating. Esto primero con la creación de una Agenda Periodística diaria, que ayudará al reportero a tener un trabajo más rápido y eficaz a la hora de cubrir la nota, también le brindará la oportunidad de prepararse para una entrevista en caso de no tener conocimiento del tema a tratar.

Y por supuesto dentro de las propuestas es el dar una variedad equilibrada de deportes que llenarán las expectativas de los televidentes que siguen diariamente al programa.



## **BIBLIOGRAFÍA**

Bastenier, Angel. Cómo se escribe un periódico. Bogotá: Fundación nuevo periodismo iberoamericano, 2009. Impreso

Buitrón, Dario y Fernando Astudillo. Periodismo por dentro. Guayaquil: Intiyan ediciones, 2005. Impreso.

Caballero, Alberto "El periodismo deportivo al descubierto". FACCO. 10-08-2012. Web. 23 Junio de 2013. <http://bit.ly/14iYj0N>.

Campoverde, Andrés, "Temas y Fuentes " Entr. Andrés Muñoz, Mayo 2013: 2.

Fernandez, Carlos y Laura Galguera. Teorías de la Comunicación. México D.F.: Mac Graw Hill, 2009. Impreso.

Martini, Stella. Periodismo, noticia y noticiabilidad. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2000. Impreso.

Rincón, Omar y Mauricio Estrella. Televisión: Pantalla e Identidad. Quito: El Conejo editorial, 2008. Impreso.





Rodríguez, Carmen. "Televisión en Internet". Dialnet. 2010. Fundación Dialnet. Web. 23 junio. 2013 <http://bit.ly/10LoH6O>.

Rodríguez, Pepe. Periodismo de Investigación: Técnicas y estrategias. Madrid: PAIDOS, 1999. Impreso.

Velásquez, Cesar "et al." Manual de Géneros Periodísticos. Bogotá: Ecoe ediciones, 2005. Impreso.

Gorriti, Gustavo. "Periodismo de investigación y defensa personal". 2010. Sala de Prensa. 21 junio. 2013 <http://www.saladeprensa.org/>