



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE
LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

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

TEMA:

“ANÁLISIS DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS Y FORMATOS RADIALES
UTILIZADOS EN EL PERIODISMO DEPORTIVO DE LA RADIODIFUSIÓN
DE CUENCA”

AUTOR:

Amancio Rodrigo Gutama Loja.

TUTOR(A):

Máster Susy Nathalia Cedillo Carrillo

Cuenca-Ecuador

2013

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESUMEN

Esta investigación tiene como fin descubrir en qué medida se utilizan los formatos y géneros periodísticos en los programas deportivos radiales de Cuenca. La investigación se ejecutó en los programas deportivos de las radios Tomebamba y Splendid.

El primer procedimiento elemental de la investigación fue grabar tres programas consecutivos de cada una de las emisiones deportivas estudiadas para identificar los formatos y géneros periodísticos que se utilizan en los programas deportivos en cuestión.

Además en la investigación se realizó entrevistas a los directores de cada programa deportivo tratado y también se ejecutó una encuesta al público para medir y evaluar de alguna manera la calidad de dichos programas.

El resultado revela que existe poco uso de géneros periodísticos en los programas deportivos de radio, porque no se presta la suficiente importancia a dichos géneros y formatos que recomiendan los especialistas de radio.

PALABRAS CLAVE:

Géneros, formatos, periodismo, deportivo, radiodifusión, Cuenca

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ABSTRACT

This investigation has as end to discover in what measure the formats are used and journalistic goods in the radial sport programs of Cuenca.

The investigation was executed in the sport programs of the radios Tomebamba and Splendid. The first elementary procedure of the investigation was to record three serial programs of each one of the sport emissions studied to identify the formats and journalistic goods that you/they are used in the sport programs in question.

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....5

CAPÍTULO I

LA RADIO Y LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

1.1 Historia de la radio en Ecuador y en Cuenca.6
1.2 Géneros periodísticos.....8
1.3 Formatos radiofónicos.....11
1.4 Primeros programas de la radiodifusión local.....13
1.5 Incurción del periodismo en el deporte local.....14

CAPÍTULO II

2.- GÉNEROS PERIODÍSTICOS APLICADOS EN PROGRAMAS DEPORTIVOS LOCALES.

2.1 Estructuras generales de los programas deportivos de radio
Tomebamba y radio Splendid.....16
“Tomebamba Deportiva” primera y segunda emisión.....17
El “Súper Deportivo” de Splendid primera y segunda emisión.....20
2.2 Géneros periodísticos y formatos radiales utilizados en programas
de “Tomebamba Deportiva” y el “Súper Deportivo”.....22
2.3. Entrevistas a directores de los programas deportivos de radio
Tomebamba y radio Splendid.....25
2.4 Nivel de aceptación de “Tomebamba Deportiva” y el “Súper Deportivo”
de Splendid.29

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



CAPÍTULO III

3.1 LA CONSTRUCCIÓN DEL PÚBLICO A PARTIR GÉNEROS PERIODÍSTICOS.

| | |
|--|-----|
| 3.1 Géneros periodísticos frente a la audiencia..... | 33. |
| 3.2 Propuesta de implementación de otros formatos radiales en el periodismo deportivo..... | 34 |
| Conclusiones..... | 36 |
| Recomendaciones..... | 37 |
| Anexos..... | 38 |



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Amancio Rodrigo Gutama Loja, autor de la tesis “ANÁLISIS DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS Y FORMATOS RADIALES UTILIZADOS EN EL PERIODISMO DEPORTIVO DE LA RADIODIFUSIÓN DE CUENCA”, 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, Mención, Periodismo. 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 2013

Amancio Rodrigo Gutama Loja
0105142210



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
SECRETARÍA

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 casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Amancio Rodrigo Gutama Loja, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Amancio Rodrigo Gutama Loja
0105142210



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
SECRETARIA

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 casilla No. 1103
Cuenca - Ecuador

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTO

Primero agradezco infinitamente a Dios por darme la fortaleza mental para luchar hasta culminar mis estudios después de experimentar algunas situaciones muy delicadas.

También agradecer a la Universidad de Cuenca, un “templo del saber”, y a los profesores, que compartieron sus conocimientos.

Agradecer de una manera muy en especial a la Máster Nathalia Cedillo, por su bondad y paciencia para dirigir el presente trabajo de investigación.

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a Dios por permitirme culminar con éxito mis estudios universitarios.

Dedico de igual manera a mi querida mamá la Sra. María Gregoria, quien ha sido la persona que me guía en desde niño hasta hoy cuando termino mis estudios superiores.

También dedico a los familiares y amigos, que me han brindaron su apoyo de cualquier



INTRODUCCIÓN

La presente investigación sobre géneros periodísticos y formatos radiales utilizados en el periodismo deportivo de la radiodifusión de Cuenca. Tiene como uno de sus principales objetivos descubrir en qué medida se utilizan dichos géneros y formatos en la estructuración de los programas deportivos radiales de la localidad.

Esta exploración se desarrollará mediante un diagnóstico de los programas deportivos de radio Tomebamba y radio Splendid, las mencionadas radios se han seleccionado debido a que en la actualidad lideran la sintonía en la categoría de radios A.M (Amplitud modula) de Cuenca. Además las radios Tomebamba y Splendid asignan un amplio espacio para los programas deportivos.

Luego de seleccionar las radios, se establece investigar concretamente a la primera y segunda emisión del programa “Tomebamba Deportiva”, y de igual manera la primera y segunda emisión del programa el “Súper Deportivo” de Splendid. Las emisiones deportivas de cada radio se eligen de acuerdo a su antigüedad, porque coinciden en sus horarios de difusión diaria y por último para tener una igualdad de emisiones deportivas estudiadas en cada radio.

En definitiva este trabajo académico trata en lo posible de realizar una radiografía general de los programas deportivos radiales, resaltando el correcto o incorrecto uso de los formatos radiales y géneros periódicos que se encuentren en la investigación, para con ello de alguna manera contribuir al mejoramiento de los programas deportivos radiales.



CAPÍTULO I

1.- LA RADIO Y LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

1.1 Historia de la radio en Ecuador y en Cuenca.

“En 1929 El ingeniero Carlos Cordovez Borja, profesional ecuatoriano formado en la universidad norteamericana de YALE fue el encargado de construir, entre otros valiosos aportes para la radiodifusión ecuatoriana y mundial, los equipos necesarios con los que el 13 de junio de 1929 desde una antigua bodega textiles, empieza a funcionar la primera emisora ecuatoriana: Radio El Prado de Riobamba” (Ortiz Vizuite, Fernando)

El nacimiento de la primera radio ecuatoriana tuvo como principal objetivo poner a este medio de comunicación, al servicio de la cultura. Entonces desde sus inicios la radio ecuatoriana a tratado de ofrecer sus aportes a una determinada área del público, es por ello que en este trabajo más adelante nos centraremos en el área del periodismo deportivo, que en la actualidad también es un sector muy importante de la sociedad.

Sin embargo antes es necesario revelar el surgimiento de la primera radio en Ecuador. Como ya se mencionó Radio El Prado realizó la primera transmisión de un programa radial, claro que en ese entonces el alcance de la radio fue extremadamente limitada en comparación del alcance que tienen las transmisiones radiales de la actualidad, esta es una de las principales características de la Radio el Prado que en su inicio realizó, emisiones que se producían a través de un transistor de 25W en transformador y 5 vatios en antena que operaba alrededor de 60 metros.

“Las emisiones se realizaban sólo de 21 a 23 horas durante varios días (por 5 horas diarias). Para ese entonces no existían leyes que regularan la radiodifusión, únicamente se establecía una identificación; así por ejemplo a Sudamérica se le designaba la letra S y al Ecuador la letra E, por lo que en una primera instancia Radio el Prado



UNIVERSIDAD DE CUENCA

utilizó la sigla SE1FG hasta que se le designaron las actuales HC”. (2. Ortiz)

Luego en 1931 nace la radio HCJB la Voz de los Andes en Quito. A continuación en 1935 Guayaquil ve surgir a su primera emisora, radio El Telégrafo, que se fundó gracias al impulso del Diario El Telégrafo. Y también en 1938 aparecía la primera radio en Cuenca llamada en esos entonces Radio la Voz del Tomebamba HC5EH.

Las radios antes señaladas fueron las primeras emisoras de radios en Ecuador a pesar que luego algunas de ellas han desaparecido por diferentes motivos: como es el caso de radio “El Prado” de Riobamba desapareció en 1939 y también radio “La Voz del Tomebamba HC5EH” de Cuenca desapareció a finales de la década de los cuarenta y a pesar que en 1971 el Sr. Jorge Piedra funda una nueva radio con el nombre de “La Voz del Tomebamba”, y se eliminó las siglas que había anteriormente, además toda la radio en si fue una nueva realidad.

Sin embargo entre las décadas del 40 y el 70 surgieron un gran número de radio emisoras en diferentes lugares del Ecuador y además en estos años se puede decir que la radio alcanzó el mayor auge en nuestro país, por lo novedoso y el interés que despertó la radio gracias a su amplio alcance de cobertura y a sus costos accesibles para todo nivel socio económico y además de ser el medio que alcanzó la mayor audiencia en aquella época.

“En Cuenca la idea de crear una radio surge de un grupo de jóvenes cuencanos entre los que se encuentran: los Doctores Justiniano Espinoza, Tomás H. Quintanilla, Señores Carlos Joaquín Córdova, Humberto Ordóñez, Eugenio Vintimilla, Juan Eljuri Chica, Gerardo Merchán Tinoco, Alejandro Orellana Solano, quienes formaban el “Pals Club” (“El club de los compañeros”) ubicado en la casa de doña Isabel Moscoso Jurado, situada en unas de las calles que rodea al Parque Calderón. Así entonces gracias a este grupo de aficionados a la radio comienzan las primeras audiciones de radio

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

mediante un precario equipo con muchas deficiencias técnicas. Algo más que una radiola con un micrófono instalado” (Cardoso F. Martha 10-11)

La radio en Cuenca tiene como principales precursores a un grupo dominado el “Club de los compañeros” quienes desarrollaron el interés de hacer radio como lo detalla Martha Cardoso, quien en su oportunidad fue profesora de periodismo por muchos años en la Universidad de Cuenca y periodista en ejercicio de su profesión.

Según otras investigaciones también señalan que la radio comienza a surgir en Cuenca entre 1935–1936, cuando el Dr. Alejandro Orellana viaja a Quito para conseguir un aparato de transmisión. Luego con un equipo de onda corta, estructuran el primer informativo de la ciudad y, a su vez, la primera radiodifusora de Cuenca, posteriormente se suman al Sr. Orellana, los hermanos Octavio y Humberto Espinosa y José Heredia.

“Así, este pequeño grupo de aficionados crean “Radio la Voz del Tomebamba HC5EH”, con emisiones de 1 a 2 horas diarias. Luego formaron un amplio grupo de trabajo para iniciarse en las transmisiones de carreras automovilísticas, traer a grandes artistas, y otras actividades comerciales.”

“En la década de los 60 aparecieron algunas emisoras en Cuenca entre las principales estuvieron: Continental (1940), América (1940), El Mercurio (1940), Cuenca (1940), desaparece en el año de 1948-1949, Austral (1940), HerMig (1940), Atenas (1940), Ondas Azuayas (1943) y radio Ondas Azules (1968), que posteriormente se convertiría en lo que hoy se conoce como Radio Splendid”. (Ochoa Guerrero, Cristian Fernando. 14-16)

1.2 Géneros periodísticos

El presente trabajo trata sobre los géneros periodísticos y formatos radiales que se pueden utilizar en los programas deportivos de la radiodifusión cuencana, para que la audiencia tenga la posibilidad de escuchar programas dinámicos, innovadores y a la vez interesantes, debido a que el oyente tiene

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

el derecho a escuchar información deportiva de buena calidad, variada y sobre todo conocer criterios de los mismos protagonistas del deporte y de otros quienes tengan que ver de alguna forma con una determinada disciplina deportiva.

Antes de profundizar en los géneros periodísticos y formatos radiofónicos es necesario definir qué significan las palabras, género y formato: La primera tiene una raíz griega que significa generación, origen. Entonces los géneros dentro de los programas radiales se definen como las primeras distribuciones del material radiofónico, y también son las características generales de un programa.

Mientras que el segundo vocablo viene del latino forma. Entonces los formatos son las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos imprecisos.

En definitiva los géneros, son los modelos abstractos y los formatos, son los moldes concretos de realización. Entonces la presencia de los dos componentes es elemental, para realizar programas radiales con una estructura definida y con objetivos claros hacia donde se trata de llegar.

Una vez aclarado los conceptos de género y de formato. Vale primero resaltar la amplia clasificación de los géneros radiofónicos hecha por José Ignacio López Vigil, para luego profundizar en los géneros periodísticos.

En la clasificación de los géneros radiofónicos López Vigil parte desde el tradicional esquema de la comunicación: emisor-mensaje-receptor. En este caso, se clasifican a los géneros desde tres perspectivas: el modo de producción de los mensajes, la intencionalidad del emisor y la segmentación de los destinatarios.

El primero según el modo de producción de los mensajes. Es donde aparecen los tres principales géneros de la radiodifusión, en los que habitualmente se ordenan los programas que se transmiten; estos son el género dramático, género periodístico y musical.

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Mientras que según la intención del emisor están los siguientes géneros: informativo, educativo, de entretenimiento, género participativo, cultural, religioso, de movilización, social y publicitario. Y finalmente el autor José López Vigil establece el tercer grupo de géneros según la segmentación de los destinatarios, en donde están los siguientes: infantil, juvenil, femenino, género de tercera edad, campesino, urbano y sindical.

En estos tres grandes grupos se clasifican prácticamente toda la producción radiofónica. Sin embargo la finalidad principal de esta investigación trata de adentrarse en el campo de los géneros periodísticos y a la vez revelar los formatos radiofónicos que se pueden emplear en el periodismo deportivo radial.

Entonces el autor López Vigil nos dice “¿Dónde cabe el deporte? En cuanto a su producción, podemos ubicarlo como género periodístico (periodismo deportivo). Y en cuanto a su finalidad, como género de entretenimiento. Sin embargo las competencias deportivas, no especifican destinatarios. Se dirigen a todo público” (López Vigil, José Ignacio 82)

A pesar de lo dicho el autor sostiene que no todo lo que sale en la radio debe obligatoriamente estar dentro de algún género; porque hay miles de cosas que se pueden decir en radio. Sin embargo podemos decir que en el periodismo profesional si es esencial guiarse de acuerdo a las normas elementales y principios periodísticos para orientar de alguna manera a la audiencia.

Una vez identificado a los géneros fundacionales de la producción radiofónica (dramático, periodístico y el musical) donde habitualmente se ordenan todos los programas que se transmiten en radio. Como ya se anunció anteriormente nuestro interés es profundizar en los géneros periodísticos. Estos géneros se caracterizan porque se enlazan directamente con la realidad, con los acontecimientos concretos y a la vez sujetos a comprobación, contextualización. Así por ejemplo la noticia quiere alcanzar la verdad de los hechos.

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por estas razones los géneros periodísticos se pueden mostrar e incluso volver a demostrar lo que ha pasado en algún determinado suceso. Además estos géneros de acuerdo López Vigil se dividen en los siguientes subgéneros; el periodismo informativo, el de opinión, el interpretativo y algunos autores añaden un cuarto subgénero, el periodismo investigativo.

Mientras que Mario Kaplún en su obra “Producción de programas de radio” establece una clasificación en dos grandes grupos a los géneros radiofónicos estos son: Los musicales y los hablados, en este trabajo tocaremos con mayor énfasis el segundo grupo, el mismo que se caracteriza por la palabra, la misma que nos permite expresar ideas, transmitir mensajes.

“Los géneros hablados se subdividen en base al número de voces que intervienen, estableciéndose en tres subgéneros: En forma de Monólogo, en forma de diálogo, y en forma de drama”. (Kaplún 155)

Los monologados tienen como formato habitual a la charla radiofónica individual. Son los que ofrecen menos dificultades de producción, pero también los más monótonos y limitados.

Los dialogados implican la intervención de dos o más voces. Dos integrantes es el mínimo para un diálogo, pero también pueden formar este tipo de programas siete u ocho participantes. Dentro de estos programas se incluyen, diversos formatos, tales como la entrevista, la mesa redonda, el diálogo didáctico, el radio periódico, el reportaje, etc. Son de producción más difícil que los anteriores, pero más radiofónicos.

Ofrecen más atractivo e interés por la variedad de voces y tiene más posibilidades educativas por el intercambio de distintas posiciones y opiniones. Mientras el monólogo tiende a ser unilateral, el programa dialogado se abre a muchas facetas, a muchos aspectos. (kaplún 153-155)

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



1.3 Formatos radiofónicos.

Los formatos son las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos imprecisos del periodismo y además se establecen dentro de un marco mucho más amplio denominado géneros periodísticos.

Los formatos radiofónicos están agrupados dentro de los tres principales géneros periodísticos:

“En el periodismo informativo están las notas simples, ampliadas, crónicas, semblanzas, boletines, entrevistas individuales y colectivas, ruedas de prensa, reportes y corresponsalías. En el periodismo de opinión tenemos comentarios y editoriales, debates, paneles y mesas redondas, encuestas, entrevistas de profundidad, charlas, tertulias, polémicas. En el periodismo interpretativo e investigativo el formato que más se trabaja es el reportaje”. (López Vigil 85)

Por su parte Kaplún en el caso de los formatos radiofónicos “advierde que al igual que los géneros; su inventario no es normativo ni exhaustivo, sino más bien se debe entender como un inventario de modelos principales y que entre ellos se combinan para dar lugar a nuevos formatos. Sin embargo Mario Kaplún señala 12 formatos de radio más usuales” (Kaplún 157-158)

1. La charla: a) expositiva b) creativa e) testimonial
2. El noticiero (formato noticia)
3. La nota o crónica
4. El comentario
5. El diálogo: a) el diálogo didáctico b) el radio-consultorio
6. La entrevista informativa
7. La entrevista indagatoria
8. El radioperiódico
9. La radio-revista (programas misceláneos)
10. La mesa redonda: a) mesas redondas propiamente dichas b) el debate o discusión

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

11. El radio-reportaje: a) a base de documentos vivos b) a base de reconstrucciones (relato con montaje)
12. La dramatización: a) unitaria b) seriada e) novelada.

Y ahora ¿Cuál es el mejor formato para el periodismo deportivo?

En la obra de “Manual urgente para radicalistas” se resumen en tres aspectos básicos para emplear un formato:

Primero el que comunica más, por ello muchos programas llenos de sensacionalismo, errores e incluso a veces provocado voluntariamente tiene una gran audiencia. Esto se da porque el público valida un formato, e incluso a veces sin tener en cuenta técnicas radiofónicas, esenciales y tan poco la experiencia de los radiodifusores que buscan de alguna manera orientar a la audiencia.

El segundo aspecto se refiera al más adecuado; el cual responde directamente a las intenciones del emisor, es decir según lo que se desea difundir se tiene que seleccionar el formato correspondiente por esta razón es necesario que los comunicadores sean integrales, aun cuando tengan una especialidad. Mientras que el último aspecto es, él se rompe donde se da lugar al ingenio y la creatividad para producir una imagen de dinamismo, de naturalidad a los programas radiales.

Finalmente en el caso del uso de un determinado formato siempre se debe tener claro el tema y las intenciones que se quiere alcanzar; al difundir su contenido, así concretamente en el tema del periodismo deportivo casi todos los formatos citados por Kaplún pueden ser aplicados, pero además de sus respectivas aplicaciones deben tener creatividad, variedad recursos radiofónicos para producir programas que llamen el interés y se aproveche mejor las diferentes posibilidades que existen para hacer radio.

1.4 Primeros programas de la radiodifusión local.

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

“Los primeros programas que se difundieron en los inicios de la radiodifusión del Azuay eran de música y saludos, estas transmisiones se realizaba sólo los fines de semana, por ello no había una estructura fija en los programas radiales de la localidad. Una vez que la radio estableció audiciones diarias también se conformaron lo primeros programas radiales fijos”. (Peña Cueva, Leonor Elizabeht y Jorge Patricio Quilambaqui Tenezaca 17)

También vale recordar que las primeras programaciones radiales eran en vivo porque en aquellos tiempos la radio comenzaba su trayectoria y fue adquiriendo palatinamente mejoras en su producción y difusión, hasta llegar a las modernas tecnologías que hoy tienen a disposición una buena parte de las radios locales. Además vale recordar que los primeros programas fueron de carácter musical, lírico, poético y el fin general era impulsar la literatura en Cuenca.

Las características de las primeras programaciones radiales en Cuenca nos dan a entender que la radio desde sus inicios en esta ciudad se identificó con la parte comercial y a la vez como un medio de promoción de actividades culturales de aquellos tiempos.

Es así como el campo radial se expandió rápidamente a otras áreas, para cubrir las exigencias y necesidades del público; algunas de las áreas que rápidamente se han incorporado al campo radial son: la política, labores de carácter social, programas de determinados género musicales y por supuesto no podía quedar fuera el periodismo deportivo, uno de los principales ámbitos que llama el interés del público, por esta razón en la presente investigación se abordará con mayor énfasis en el periodismo deportivo radial.

1.5 Incursión del periodismo en el deporte local.

El periodismo deportivo local se ha desarrollado a medida que las organizaciones deportivas de localidad han aparecido en nuestra ciudad.

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Según las investigaciones de Leonel Soto Alemán en su tesis “El comentario deportivo en las radios de Cuenca y sus influencias sobre el deportista”.

“Señala que a raíz que se funda o se constituye la Federación Deportiva del Azuay en 1924, surgió la inquietud del periodismo Deportivo y así se constituyó en un motivo suficiente para que llame la atención el periodismo deportivo. Entre uno de los precursores del periodismo en deportes de Cuenca está José Alberto Palacios, un brillante deportista de en su época, que luego incursionó en este nuevo campo y se convierte en el primer periodista deportivo del Azuay. Escribe crónicas con el seudónimo de “wing” y ya haciendo historia en la crónica de Víctor Manuel Albornoz, y en el Mercurio cuando lo dirigía Carlos Aguilar Vásquez.” (Soto Alemán, Leonel , 13)

Así el periodismo deportivo se ha ido incrementando paulatinamente en nuestra ciudad hasta llegar a la actualidad, donde en base a la observación directa podemos decir que la mayoría de radios cuencanas, del grupo de amplitud modula (A.M.) tienen entre tres o cuatro emisiones de programas deportivos al día. Sin embargo siempre habrá la posibilidad de mejorar o buscar nuevos métodos para realizar programas de calidad y acordes a las exigencias de la sociedad actual.

Por otro lado se puede decir que la formación del periodista deportivo debe tener las mismas exigencias, que todo periodista, porque muchos hasta la actualidad tienen una idea latente y maliciosa, al entender que periodismo deportivo es simplemente tratar algún deporte sin mayores elementos de juicio a su disposición.

Así entonces el periodista deportivo debe ser consciente de la trascendencia que tiene el comentar, informar, sobre algún deporte. Por esta razón un periodista deportivo está obligado a poner en práctica todos los principios

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

periodísticos y sobre todo orientar y educar en lo posible a la afición deportiva.

Sin embargo el periodismo deportivo tiene una característica especial que desde sus inicios fue realizado por personas apasionadas a un deporte o a un equipo y esta situación ha sido uno de los motivos de contradicción; porque a veces se manifiesta una parcialidad desmedida hacia un deporte o un equipo y esto en algunas oportunidades a causado grandes confrontaciones entre seguidores de distintos deportes o equipos.

Por otra parte vale recalcar sobre la idea del poco valor del periodismo deportivo que se tiene en algunos casos, esta idea que proviene desde el pasado donde:

“Los primitivos periodistas deportivos no recibían consideración adecuada por cuanto sus opiniones iban dirigidos a un escaso sector del público, pero conforme el deporte iba tomando posiciones y se abría a amplios sectores de la población, el interés por esas informaciones, aumentaban y la información de los primeros periodistas deportivos se convertía en algo complejo”. (Alcoba, Antonio 135-136)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPÍTULO II

2.- GÉNEROS PERIODÍSTICOS APLICADOS EN PROGRAMAS DEPORTIVOS LOCALES.

2.1 Estructuras generales de los programas deportivos de radio Tomebamba y radio Splendid.

Se toma como referencia a estas dos radios para la investigación, porque de acuerdo al último estudio efectuado en febrero 2013 por la encuestadora Mercados y Proyectos (Mercapro), las radios Tomebamba y Splendid lideran la sintonía de Cuenca dentro de la categoría de radios A.M. Y específicamente en el caso de los programas deportivos, mediante la observación directa y en base a un seguimiento que se ha realizado, se puede afirmar, que las dos radios en cuestión producen el mayor número de programas deportivos al día en la categoría de emisoras A.M de la ciudad de Cuenca.

Adentrándonos brevemente en los programas deportivos: En el caso de radio Tomebamba, sus programas se presentan durante cuatro emisiones al día, la cuales se transmiten de lunes a viernes. Dichas emisiones deportivas tienen el nombre de “Tomebamba Deportiva”, además la primera y segunda emisión deportiva de acuerdo a sus directores tienen una trayectoria de más de 40 años que está bajo la misma dirección, estilo, y gracias a una buena aceptación de la audiencia se ha convertido en una tradición dentro de la difusión de los deportes a nivel local.

Mientras que los programas deportivos de radio Splendid se difunden en tres emisiones diarias de lunes a viernes, estas emisiones deportivas se identifican como es “Súper Deportivo” de Splendid. El director general del programa mencionado ha señalado que se trata de mantener una misma linealidad, desde los inicios del año 2000, cuando el actual director general

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

de deportes en radio Splendid, asumió la coordinación de dicha área. Además el director Pedro Reinoso añade que “el buen trabajo que se ha hecho ayer y el esfuerzo de hoy” está permitido alcanzar una aceptación progresiva en la audiencia.

En cuanto a las muestras concretas para la presente investigación está conformada por la primera y segunda emisión diaria de “Tomebamba Deportiva”, y de igual forma también se va estudiar la primera y segunda emisión diaria del programa “El Súper Deportivo” de Splendid.

Se establecen estas muestras específicas en base a los siguientes parámetros: Porque la primera y la segunda emisión deportiva que se difunde diariamente en cada una de las radios a estudiar coinciden en sus horarios de difusión y también estas emisiones deportivas se ubican entre las programaciones más antiguas de cada radio y por último se elige dos emisiones de cada radio para tener igualdad en el número de programas escogidos como muestra de cada una de las radios de mayor sintonía local.

“Tomebamba Deportiva” primera y segunda emisión:

Una vez que se ha anunciado la organización del presente capítulo, comenzamos describiendo la estructura y otros detalles del programa “Tomebamba Deportiva” en su primera y segunda emisión. La primera emisión se transmite de 09.45 a 10H00 A.M. Durante una hora con quince minutos diariamente de lunes a viernes. El programa está conformado por Leonardo Guillen Moreno desde la cabina de radio, y tiene como colaborador desde exteriores a Marcelo Gutiérrez.

Para identificar la estructura general de “Tomebamba Deportiva” primera emisión, se ha realizado grabaciones de dicha difusión durante tres emisiones consecutivas, cada emisión tiene un tiempo de 75 minutos (una hora y 15 minutos).

De esta manera se obtuvo un tiempo total de 225 minutos de audio grabado, que es el ciento por ciento de la muestra a estudiar, la cual se va a

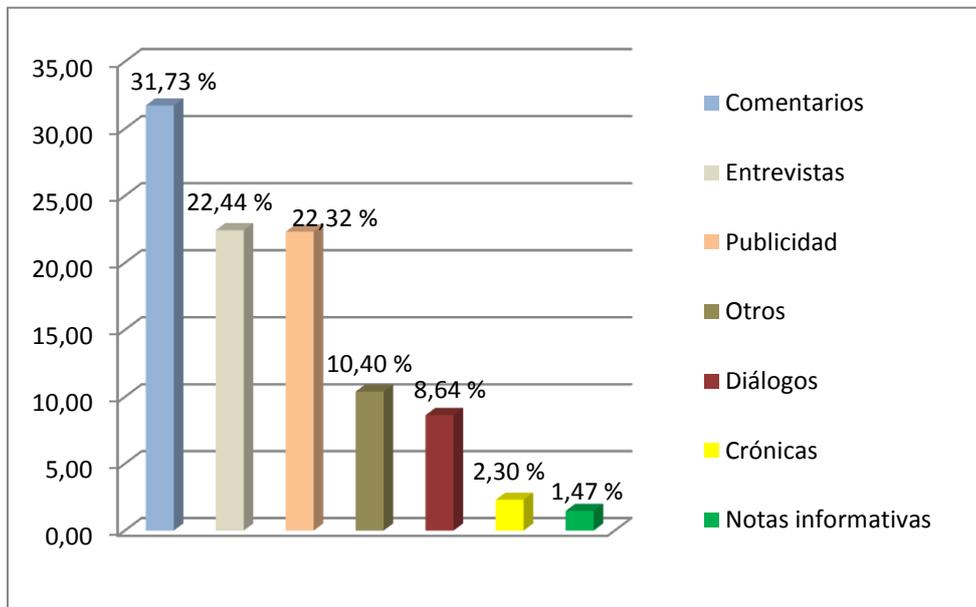
AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

clasificar en algunas categorías con su respectivo tanto por ciento que ha alcanzado, pero siempre poniendo énfasis en los formatos radiales que se enmarcan dentro de los géneros periodísticos que nos habla José Ignacio López Vigil, uno de los especialistas en radio que tenemos como referente para este trabajo.

A continuación los porcentajes del tanto por ciento de cada una de las categorías que se han clasificado en la grabación de “Tomebamba Deportiva” Primera emisión.



Mientras que la segunda emisión de “Tomebamba Deportiva” está conformada por Guifor Trujillo desde cabina y también tiene como colaborador desde exteriores a Marcelo Gutiérrez, esta emisión se difunde de 13:45 a 14:55 P.M. de lunes a viernes.

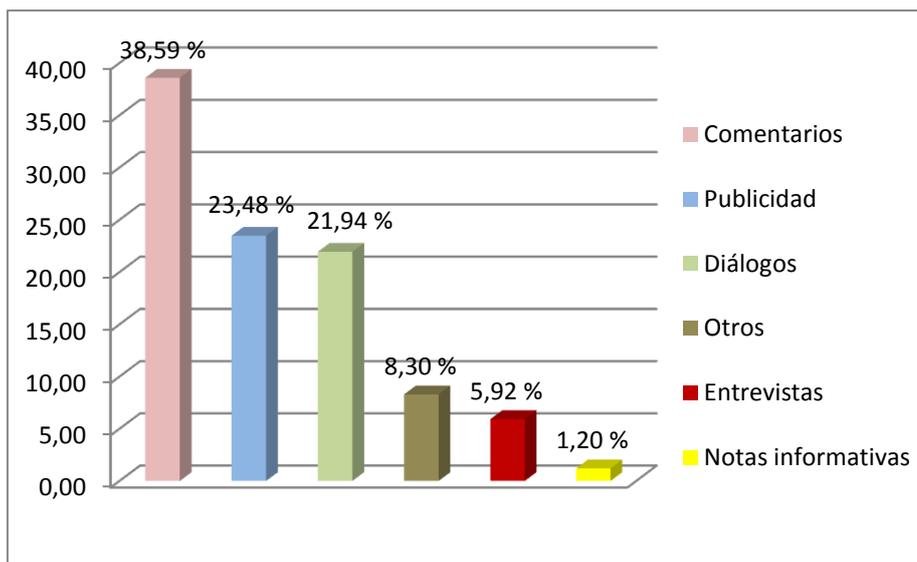
Para estudiar esta emisión se ha grabado durante tres programas consecutivos, obteniendo un tiempo total de 210 minutos de audio, y luego se ha repetido el procedimiento anterior hasta alcanzar los resultados estadísticos finales que se demuestran en el segundo y último gráfico que

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



corresponde al estudio de la estructura general del programa “Tomebamba Deportiva”.

Porcentajes del tanto por ciento de cada una de las categorías que se han establecido en la grabación de “Tomebamba Deportiva” Segunda emisión.



De acuerdo a las categorías que se han evidenciado podemos tener ya una primera aproximación sobre la estructura del programa “Tomebamba Deportiva”. A pesar que más adelante se profundizará en el análisis de los formatos radiales que se pueden aplicar en los géneros periodísticos. Ahora en base a los primeros resultados estadísticos se puede afirmar que existe amplio uso del comentario que corresponde a los géneros periodísticos de opinión, y además la publicidad tiene un campo muy significativo ocupando el segundo porcentaje de las emisiones deportivas del programa en cuestión.

“El Súper Deportivo” de Splendid primera y segunda emisión.

En el caso del programa “El Súper Deportivo” primera emisión, de radio Splendid, se transmite de lunes a viernes, en el horario de 8:30 a 10H00

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.

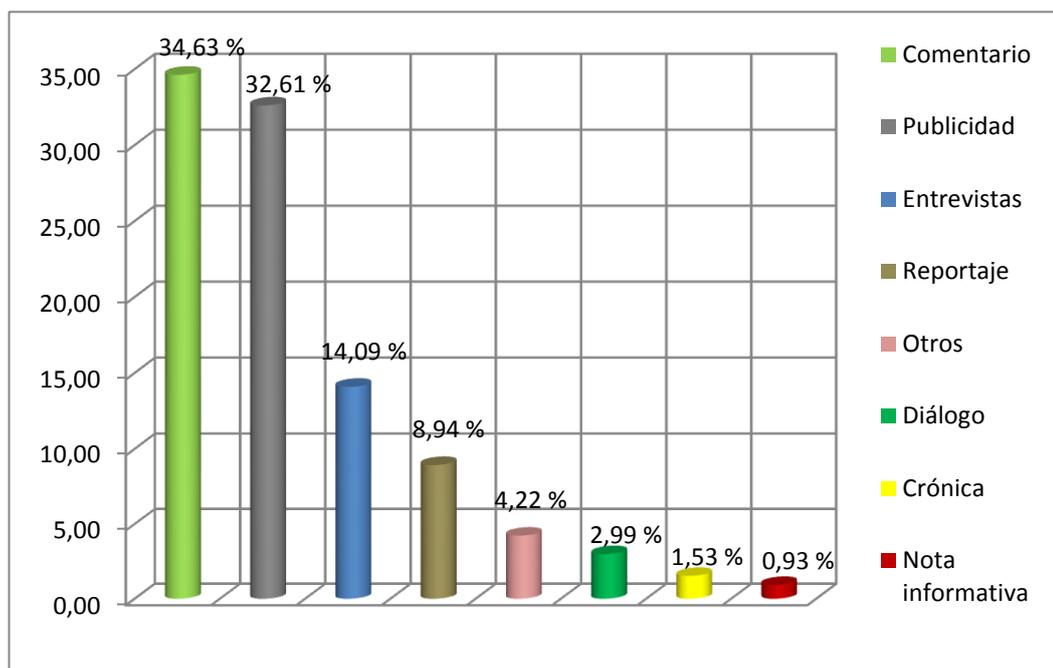


UNIVERSIDAD DE CUENCA

A.M. (se difunde 90 minutos diarios). El programa está conformado Por Pedro Reinoso director general de deportes en radio Splendid. Además el programa está integrado por Juan Diego Cornejo, Fausto Ávila y Romeo Moscoso.

Para el estudio de este programa se aplica el mismo método anterior. Es decir grabar tres programas consecutivos de la primera y segunda emisión deportiva de radio Splendid, los cual nos permite alcanzar un tiempo total de 270 minutos de audio grabado en cada emisión, y esta cantidad de minutos se establece como el cien por cien de la muestra que se va estudiar en esta emisión deportiva.

Categorías del programa el “Súper Deportivo” de Splendid primera emisión con sus correspondientes porcentajes.



En el caso de la segunda emisión de “El Súper Deportivo”, también se difunde durante 90 minutos diarios de lunes a viernes e incluso prácticamente con el mismo personal de la primera emisión, sólo se da inclusión de Manuel Cisneros en vez de Romeo Moscoso.

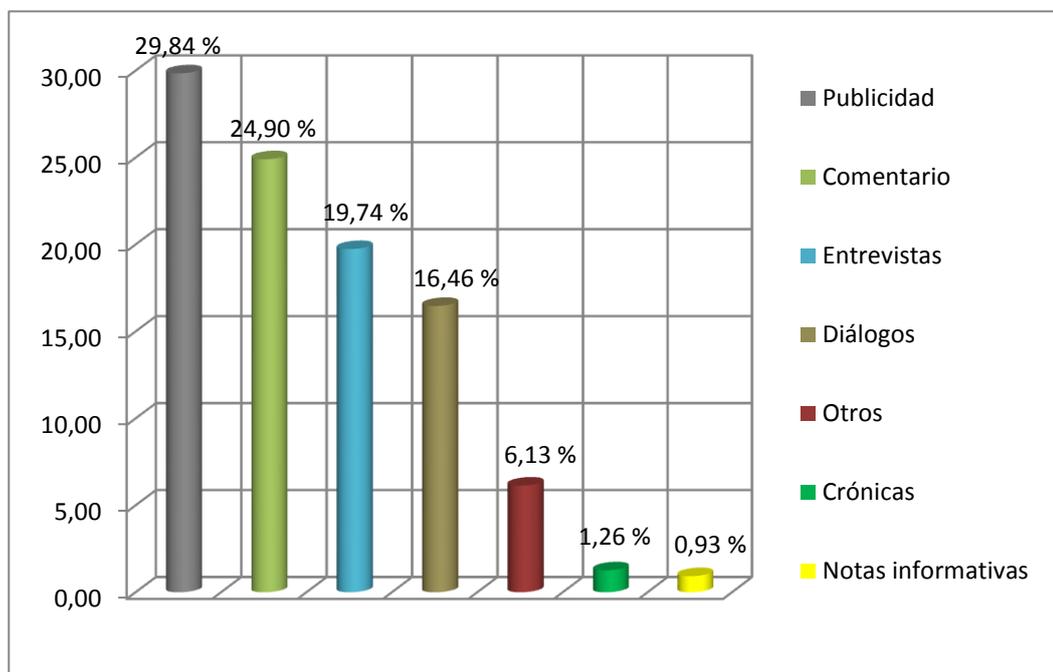
AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En esta última emisión analizada también se emplea el método inicial de establecer clasificaciones, luego de haber grabado 3 emisiones diarias, que dan un total de 270 minutos, tiempo que representa la muestra total de la segunda emisión de deportes en radio Splendid.

Categorías reveladas y sus correspondientes porcentajes en “El Súper Deportivo” segunda emisión.



Luego de revelar las estructuras generales de los programas “Tomebamba Deportiva” y “El Súper Deportivo” en las correspondientes emisiones que se han escogido para estudiar, tenemos exactamente dos categorías en común como son el comentario que ocupa el mayor espacio casi en todas las emisiones deportivas estudiadas y mientras que la publicidad tiene asegurado el segundo puesto en porcentajes e incluso en la última emisión estudiada ocupa el primer lugar.

En base a estos primeros resultados se puede advertir brevemente sobre el uso de los géneros periodísticos, los cuales tienen un espacio muy heterogéneo; ya que el comentario, la entrevista tienen un espacio

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

significativo, y en algunos casos el diálogo. Sin embargo el resto de géneros periodísticos tienen una presencia insuficiente y en otros casos no existe su presencia en los programas deportivos estudiados.

En definitiva en cada una de las emisiones tratadas se establecieron categorías, en base a los formatos radiales que se encuadran dentro de los géneros periodísticos y adicionalmente se agrupó dos categorías que están presentes en todas las emisiones deportivas estas son la publicidad, y la segunda determinada como la categoría de “Otros”, la cual comprende cortinas de presentación y cierre del programa, comunicados, mensajes sociales, e incluso noticias, comentarios de ámbitos diferentes al deportivo y en algunos casos una dosis de humor.

2.2 Géneros periodísticos y formatos radiales utilizados en programas de “Tomebamba Deportiva” Y “El Súper Deportivo”.

“Tomebamba Deportiva” en su primera y segunda emisión esta conducida por directores diferentes como anticipamos en la fase inicial de este estudio: En las dos emisiones estudiadas se emplea cerca de la mitad de los 12 formatos radiales básicos que nos señalaba Mario Kaplún en el primer capítulo de este trabajo.

También es necesario recalcar que la presente investigación tiene entre sus finalidades alcanzar una aproximación hacia la manera de cómo se viene desarrollando el periodismo deportivo radial de Cuenca.

Una vez anticipado los fines de esta investigación, es la hora de presentar los detalles que se han encontrado mediante las grabaciones: Entonces en los deportes de radio Tomebama, se resalta la primera emisión de “Tomebamba Deportiva”, porque es el programa que da mayor espacio de alguna manera a los géneros periodísticos, los cuales son la principal finalidad de esta investigación.

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En primer lugar está el comentario con un porcentaje del 31,73 %, en segundo lugar la entrevista con el 22,44% y en el quinto lugar muy distante aparece el diálogo con el 8,64 %. Mientras que la crónica y las notas informativas tiene un espacio muy reducido, a la categoría de la crónica le corresponde el 2,30% y a la última el 1,47 %. Aparte de los géneros periodísticos esta la publicidad ocupando el tercer lugar con un porcentaje del 22,44 % y en el cuarto lugar aparecen la categoría denominada como “otros”. Entonces aquí se ha detallado las 5 categorías de géneros periodísticos y las 2 categorías adicionales, como se demostró las 7 clasificaciones que se grafican con sus respectivos porcentajes al principio de este del presente capítulo.

Siguiendo con el mismo tema central también vale recalcar en algunos detalles que se observaron sobre los géneros periodísticos y formatos radiales en el programa de “Tomebamba Deportiva”: Estos se demuestran cuando el locutor deportivo en reiteradas oportunidades anuncia mensajes publicitarios al mismo tiempo con la información o comentario deportivo que se apresta a realizar. Por ejemplo dice “A nombre de agua Vivan le presentamos a nuestro invitado” y en otros casos en pleno desarrollo del comentario o información deportiva, de forma brusca realiza publicidad leída. Estos son principales detalles que se han observado en las dos emisiones de “Tomebamba Deportiva”, a pesar que esto se da con mayor énfasis en la segunda emisión de dicho programa. Donde abiertamente su presentador afirma lo siguiente; “Soy un revolucionario no me limito a ningún formatos” Y también el responsable de la primera emisión de este programa sostiene lo siguiente “los formatos académicos si sirven, pero estos no son decisivos”. Estas expresiones se recogieron durante entrevistas de investigación, donde se les consultó sobre cuáles eran los géneros periodísticos y formatos radiales que se empleaban en el programa que le corresponde y además la importancia de dichos géneros.

En estos casos puntuales vale acotar que estas expresiones tienen su peso porque vienen de personas que tienen más de 40 años en el periodismo

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

deportivo y es más está comprobado que la primera y segunda emisión de “Tomebamba Deportiva” tienen una de las mejores aceptaciones del público local, como se demostrará el más adelante en esta investigación.

Entonces por lógica la segunda emisión de los deportes en radio Tomebamba, como no da prioridad alguna a los mencionados géneros y por ello se ha podido identificar tan sólo cuatro categorías que pueden ser parte de los géneros periodísticos. Situaciones como estas ponen en discusión las recomendaciones de los especialistas en radio, porque algunas veces es el público el que avala o rechaza a un formato determinado.

En el caso del programa “El Súper Deportivo” de Splendid, en sus dos emisiones seleccionadas para investigar, se evidencia al menos la mitad de los formatos radiales que corresponden a los géneros periodísticos según Kaplún. Sin embargo al igual que en los programas de radio Tomebamba la crónica y la nota informativa siguen restringidos a un espacio nada significativo. De todas maneras en referencia al programa de la otra radio hay un mayor espacio para las entrevistas, los diálogos, además los reportajes tienen su espacio y en el caso del comentario continua como uno el género periodístico que tiene mayor espacio a pesar que la publicidad tienen una gran relevancia e incluso a veces ha superado al comentario.

En la primera emisión deportiva de Splendid se identifican 6 formatos radiales que pertenecen a los géneros periodísticos. De acuerdo a las estadísticas el comentario logra un 34,63% de porcentaje en el espacio total que se ha seleccionado para analizar y en el tercer lugar se ubican las entrevistas con el 14,09 %, en el cuarto lugar viene el reportaje con el 8,94%, en el sexto están los diálogos con 2,99%, al final aparecen la crónica y la nota informativa con un espacio menor al 1,50 %. Adicionalmente se establecen otras dos categorías como son la publicidad que ocupa el segundo lugar con el 32,61 % y la categoría denominada como “otros” que está en el quinto lugar con el 4,22 %.

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En otros detalles que se ha identificado una reiterada mezcla de los formatos por ejemplo se anuncia la difusión de una determinada crónica y luego al mismo tiempo se opinan se difunde publicidad y la mayoría de las veces se alarga demasiado y es por ello, que se ha tenido que clasificar en el grupo de los comentarios y dentro de los géneros periodísticos de opinión a pesar del anuncio de un mensaje informativo. Estas clasificaciones se han realizado en todas las emisiones estudiadas, pero siempre apegado a las pautas que nos da Kaplún, para identificar un formato determinado.

Por su parte Mario Kaplún dice que si bien es cierto que se pueden combinar diferentes géneros y formatos, pero también sostiene que estas combinaciones deben ser oportunas y no la mayoría de veces. Sin embargo en este trabajo no vamos a tildar de mala a ninguna forma de transmitir, mensajes deportivos de las radios estudiadas. Pero si vamos a señalar las semejanzas y diferencias que se descubren entre los programas estudiados y las recomendaciones de los especialistas en producción radiofónica. Esto con el fin de dejar libertad para que cada quien encuentre sus conclusiones sobre los programas deportivos radiales de la localidad.

2.3. Entrevistas a directores de los programas deportivos de radio Tomebamba y radio Splendid.

En este punto la finalidad principal es revelar como están estructurados los programas deportivos y a la vez también se trata de indagar la importancia de los formatos radiales que corresponden a los géneros periodísticos. Para aquello se va analizar detenidamente las entrevistas realizadas a los directores de los programas deportivos en cuestión.

Las entrevistas se efectuaron a Leonardo Guillen Moreno, director de “Tomebamba Deportiva” primera emisión, a Guifor Trujillo de “Tomebamba Deportiva” segunda emisión y a Pedro Reinoso director de la primera y segunda emisión del “Súper Deportivo” de Splendid.

En el primer tema trataremos sobre la estructura general de cómo están establecidos sus respectivos programas, y también algunos factores que

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

puedan obstaculizar la calidad de los programas deportivos. Sobre esta situación los tres directores entrevistados manifiestan, primero que su trabajo periodístico lo realizan como productores independientes.

En el señalado sistema de trabajo se asevera que el financiamiento económico de los costos que producen sus respectivos programas, y así como los ingresos económicos para el bien personal de cada uno, dependen absolutamente de los ingresos económicos que provienen de los contratos publicitarios y por ello afirman que la publicidad es indispensable en cada uno de sus programas, a pesar que admiten que ella es exagerada, porque limita el tiempo de desarrollo del programa y así mismo los entrevistados están conscientes que la audiencia varias veces se fastidia por la publicidad excesiva. Sin embargo en este punto concluyen aseverando que es inevitable reducir la difusión publicitaria.

Hasta aquí de acuerdo a lo expuesto, podemos tener una primera idea de cómo se desarrollan los programas estudiados, donde se confirma que la excesiva publicidad es uno de los factores que impide el desarrollo normal de los programas, porque reduce de forma considerable el tiempo de las programaciones. Además dan a entender que el trabajo periodístico mediante la modalidad de productores independientes, obliga a vender la toda la publicidad posible, donde incluso varias veces llega el tema comercial a ser la principal prioridad sin importar la calidad del programa.

En el segundo punto de las entrevistas se les consulta cual es la forma en que se difunde la información deportiva. En una parte coinciden al señalar que sus programas se basan en los comentarios y el uso de las redes sociales a pesar que en este último caso el público tiene la posibilidad de interactuar sólo en las emisiones deportivas de radio Splendid, lo cual se detectó durante las grabaciones de las programaciones señaladas.

También las partes entrevistadas coinciden en que se da prioridad a las noticias más importantes del día, a la cobertura en vivo de actividades deportivas, y la información deportiva en general que se investiga en

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

internet. Sin embargo durante la indagación se pudo identificar que la presencia de noticias en dichos programas no tiene el suficiente espacio.

En cuanto al caso de la información en vivo, radio Splendid supera ampliamente a radio Tomebamba primero porque tienen mayor tiempo para cada programación y segundo porque Splendid tiene el doble de personal deportivo en referencia a la otro radio, entonces por lo general Splendid tiene a uno o dos periodistas reportando desde exteriores y el resto en la cabina de radio, este sistema de trabajo permite tener mayores posibilidades de poner en práctica los géneros periodísticos.

Mientras que la primera y segunda emisión deportiva de Tomebamba tiene en los mejores de los casos a un solo periodista reportando desde exteriores y la mayoría de las veces un sólo periodista en la cabina de radio. Ello demuestra que se trabaja por separado en los deportes de Tomebamba y mientras que en Splendid hay un equipo de cuatro o cinco periodistas que se distribuyen para realizar las correspondientes actividades periodísticas.

En el caso del uso de los formatos radiales que corresponden a los géneros periodísticos, hay versiones opuestas una más que otra, comencemos con el director de "Tomebamba Deportiva" primera emisión quien señala que algunos determinados formatos radiales necesitan la intervención de varias personas y de un ritmo continuo en el diálogo, y para aquello no hay tiempo porque se tiene que difundir una gran cantidad de publicidad.

Mientras que sobre la importancia de los formatos y géneros periodísticos sostiene lo siguiente: "Mediante fórmulas académicas no se va a mejorar los programas deportivos, a pesar que estas tienen su importancia, pero en esta profesión cuenta más el ingenio, el tono de voz, la aceptación de la gente, el carisma, y otras cualidades personales". (Guillen Moreno, "Características de programas deportivos radiales" 27)

Por su parte el principal de "Tomebamba Deportiva" segunda emisión sobre los formatos radiales es contundente al expresar que en su programa no se da importancia alguna a los formatos, esto se ve reflejado en la siguientes

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

expresiones textual que se recogió “Soy un revolucionario y no utilizo formatos más bien soy un improvisador. A pesar que si planifico las cosas, pero luego cuando llega la hora del programa siempre se producen imprevistos, por eso no me rijo a ningún formato” (Trujillo, "Características de programas deportivos radiales" 28)

Siguiendo en este mismo caso de los formatos radiales y géneros periodísticos por su parte Pedro Reinoso director de los programas deportivos de Splendid señala que los formatos radiales tienen su importancia para realizar buenos programas deportivos, y por ello en sus programas se trata de practicarlo en lo posible y de acuerdo a las circunstancias, en algunos casos son poco frecuentes como por ejemplo cuando va a jugar el Deportivo Cuenca se realiza las encuestas, también otras veces se hace debates o polémicas. Y finalmente agrega que hay géneros que se usan todos los días por su viabilidad como son: El comentario, la entrevista, los diálogos.

Otros rasgos que se evidenciaron en estas entrevistas fue que los programas de Tomebamba actualmente se autodenominan una tradición en el periodismo deportivo, según sus directores la aceptación del público se basa en una trayectoria de más de 40 años en el periodismo deportivo.

Mientras que por su parte el director de los deportes de Splendid, señala que su programa ha logrado estar entre los primeros lugares de la audiencia, gracias a la preparación académica de cada uno y al trabajo en conjunto de un equipo periodístico.

En definitiva las conclusiones que se puede sacar de estas entrevistas es que la publicidad es indispensable, a pesar que no dan lugar a la práctica de algunos géneros periodísticos, y opacan a otros. Sin embargo las audiencias parecen estar acostumbradas en algunos casos al estilo donde impera lo tradicionalismo, lo carismático o ingenioso que pueda ser un programa deportivo, porque se demuestra que los formatos radiales o géneros periodísticos en su mayoría están restringidos y unos pocos que se

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

utilizan por espontaneidad, en el caso concreto de los géneros el criterio predominante que se tiene es que la calidad del periodismo deportivo no va a mejorar con las recomendaciones de los especialistas de radio.

2.4 Nivel de aceptación de “Tomebamba Deportiva” y el “Súper Deportivo” de Splendid.

Una vez analizado detenidamente sobre los programas deportivos de las radios Tomebamba y Splendid, es necesario conocer el nivel de aceptación o reacción que tiene el público de dichos programas deportivos. De esta manera se trata alcanzar una aproximación de cuanto puede influir el correcto o incorrecto uso de los géneros periodísticos en la aceptación de la audiencia.

Teniendo en cuenta las características y los requerimientos de los programas a abordar, las encuestas se han efectuado a los integrantes de la “Crónica Roja” dicha agrupación esta entre las principales barras del Deportivo Cuenca.

Además esta agrupación se identifica claramente con el fútbol, y por ello dicha identificación tiene coherencia con las emisiones deportivas a tratar, las cuales brindan una importancia superlativa al fútbol.

Por estas razones se ha decidido realizar una muestra de 150 encuestas a los integrantes de la “Crónica Roja”. Mediante dichas encuestas se han podido indagar algunos detalles concretos de los programas “Tomebamba Deportiva” en su primera y segunda emisión y de igual manera en la primera y segunda emisión del “Súper Deportivo” de Splendid.

Los temas a investigar son: el espacio que se brinda a los protagonistas del deporte, el nivel de publicidad y también realizar una calificación general de los programas deportivos que se emiten en las dos radios a estudiar y además se agregó al final una interrogante para ¿Cuáles piensa que son los mejores programas deportivos radiales en Cuenca?

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Las preguntas de esta encuesta tienen como fin principal conocer la opinión en general del público sobre la calidad de los programas deportivos para tener una idea concreta de como el público evalúa y acepta los programas deportivos estudiados.

A continuación los resultados finales de los respectivos temas planteados para la encuesta del público.

En la primera y segunda emisión deportiva de cada radio estudiada (Tomebamba y Splendid) se presta o no se presta, el suficiente espacio a los protagonistas del deporte. Este tema y el resto de temas de la encuesta se sometieron a una votación y para obtener respuestas positivas o negativas de cada radio como se muestra a continuación.

| Programas deportivos de Tomebamba | | | Programas deportivos de Splendid | | |
|-----------------------------------|------|--------|----------------------------------|------|--------|
| Temas en cuestión | Vot. | % | Temas en cuestión | Vot. | % |
| Prestan espacio suficiente | 69 | 46,0 % | Prestan espacio suficiente | 100 | 66,7 % |
| No prestan espacio suficiente | 60 | 40,0 % | No prestan espacio suficiente | 23 | 15,3 % |
| No responde | 21 | 14,0 % | No responde | 27 | 18,0 % |

En este primer tema de si se presta o no se presta el suficiente espacio para los protagonistas del deporte los resultados positivos tienen su mayor presencia radio Splendid con sus programas deportivos el mayor porcentaje con el 66,7 %, frente al 46 % de resultado positivo que alcanzan los programas de radio Tomebamba. Esto es un indicador de bastante valor mediante el cual se demuestra que radio Splendid produce programas deportivos con un buen porcentaje de inclusión a los protagonistas del deporte. Además mediante este indicador se puede decir que algunos géneros como las entrevistas, diálogos y reportajes tiene su espacio en los programas deportivos de radio Splendid.

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En el segundo tema se trata de identificar el nivel de la publicidad en las emisiones deportivas de las dos radios investigadas. Luego se divide en dos categorías: Publicidad normal y publicidad excesiva. Por su parte el tercer tema busca encontrar una calificación general para los programas deportivos de cada radio, para ello se establecen cuatro categorías que son: Muy bueno, regular y malo. A continuación se revela los resultados de los temas dos y tres

| Programas deportivos de Tomebamba | | | Programas deportivos de Splendid | | |
|-----------------------------------|------|--------|----------------------------------|------|--------|
| Temas en cuestión | Vot. | % | Temas en cuestión | Vot. | % |
| Publicidad Normal | 62 | 41,3 % | Publicidad Normal | 66 | 44,0 % |
| Publicidad Excesiva | 79 | 52,7 % | Publicidad Excesiva | 67 | 44,7 % |
| No responde | 9 | 6,0 % | No responde | 17 | 11,3 % |
| Calificación | Vot. | % | Calificación | Vot. | % |
| Muy Bueno | 54 | 36,0 % | Muy Bueno | 59 | 39,3 % |
| Bueno | 73 | 48,7 % | Bueno | 68 | 45,3 % |
| Regular | 20 | 13,3 % | Regular | 21 | 14,0 % |
| Malo | 3 | 2,0 % | Malo | 2 | 1,3 % |

En el caso del segundo tema sobre el nivel de la publicidad el mayor porcentaje alcanza la categoría, de publicidad excesiva que se manifiesta en las emisiones deportivas de radio Tomebamba con un porcentaje del 52,7 % y en Splendid la misma categoría alcanza un porcentaje del 44,7 %. Estas cifras reveladas en la categoría de excesiva publicidad, son bastante significativas en especial el porcentaje que alcanzan los programas de Tomebamba, dichos porcentajes refuerzan la tendencia que hay sobre la excesiva publicidad en dichos programas deportivos.

En el tercer tema de la encuesta sobre la calificación general para cada uno para cada uno de los programas deportivos de radio; en la categoría de Muy bueno radio Splendid alcanza el mayor porcentaje con el 39,3 % y la misma

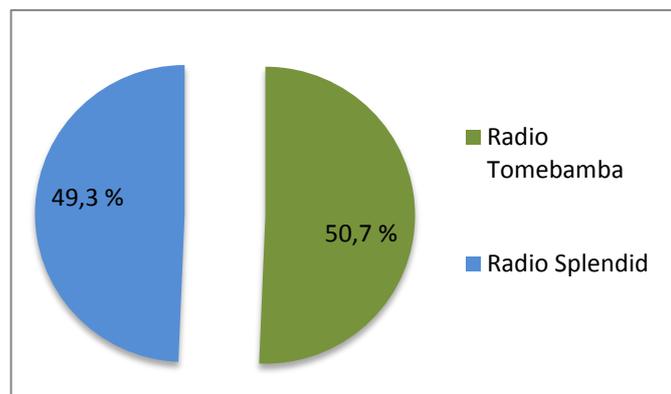
AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

categoría le sigue con 36% radio Tomebamba, los resultados de las dos radios son bastante buenos porque alcanzan un considerable puntaje en mejor categoría que se exhibe en la encuesta. La categoría de bueno alcanzo mayor puntaje de todas las cuatro clasificaciones, en dicha categoría Tomebamba tiene el 48,7 % y le sigue Splendid con el 45,3 %. En definitiva a base de estos datos se puede decir que las dos radios tienen una muy buena aceptación de público y además el nivel de aceptación entre las dos emisoras es bien equilibrado, lo cual refuerza la idea que se tenía al iniciar esta investigación, donde se logró identificar que las dos radios de esta investigación lideraban la sintonía en las emisoras de categoría A.M a nivel local.

En el cuarto y último tema de la encuesta se trata quizás lo más importante y subjetivo a la vez, este punto va establecer, cuál de las dos radios tiene mejores programas deportivos.



En las estadísticas el 50,7% de porcentaje le corresponde a radio Tomebamba y mientras que el 49,3 % logra radio Splendid. Estos resultados dejan en claro y afirman una vez más el equilibrado nivel de aceptación de la audiencia.

Por otro lado estos resultados, también refleja hasta cierto punto que la gente está acostumbrada a esta clase de programas, que a pesar de tener excesiva publicidad y que se utilizan sólo unos pocos de géneros periodísticos. Pero de todas maneras los programas señalados tienen su

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

amplia aceptación. Entonces ¿ Y ahora en el caso de los formatos radiales y géneros periodísticos que nos recomiendan los especialistas en radio?

Ante esta controvertida situación se puede decir que en nuestro medio todavía estas características radiofónicas no son lo suficientemente puestas en práctica y a la vez no tienen la suficiente importancia reconocida. Porque la preferencia del público ubican en el primer lugar de favoritismo a quienes señalan que no practican varios géneros periodísticos porque tienen que difundir una gran cantidad de publicidad y por ello el tiempo no les permite y es más en algún caso puntual se afirma francamente que no se hace caso a los formatos, y que por el contrario se improvisa los programas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPÍTULO III

3.1 LA CONSTRUCCIÓN DEL PÚBLICO A PARTIR GÉNEROS PERIODÍSTICOS.

3.1 Géneros periodísticos frente a la audiencia

En el presente capítulo se busca insistir en el uso de la variedad de formatos radiales y géneros periodísticos, a pesar que ya se ha comprobado que sin hacer uso de varios formatos y géneros periodísticos en algunos programas deportivos han captado la preferencia del público.

Pero de todas maneras será mejor desde nuestro punto de vista periodístico el uso correcto de los formatos y géneros en cuestión. Uno de los caminos viables para implementar la variedad de géneros periodísticos, será adaptar a las necesidades y características particulares de nuestra audiencia,

Por esta razón es necesario tratar de ahondar en las características generales de la audiencia, porque es ella la que final va a terminar de aprobar o desaprobar un mensaje periodístico, entonces la audiencia es de trascendental importancia para todo programa radial.

Adentrándonos en el tema de la audiencia, esta es totalmente heterogénea: porque está compuesta de personas de todas las edades, diferentes etnias, clases socioeconómicas, niveles culturales y muchas otras características particulares, estas condiciones complejas presenta la audiencia. Sin embargo es ella la que va a aceptar o rechazar a un determinado mensaje o todos los mensajes de una radio.

Como dice García Camargo, en su obra *La radio Por Dentro Y por Fuera*.

“El oyente, de todos modos, tiene la libertad de escoger lo que escucha y algo o alguien debe interesarlo y motivarlo. Ese "algo" es lo

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

que para el oyente signifique y represente servicio. Porque el ser humano reacciona a todo lo que le interesa, a todo lo que le puede ser útil, a todo lo que le pueda servir y por ello, vislumbra la posibilidad de sacar el mejor partido para sí mismo”. (García Camargo, Jimmy. 398)

También por otra parte Jimmy García señala sobre la audiencia que es necesario saber cuáles son sus hábitos y costumbres, su idiosincrasia, sus gustos y sus necesidades. “Para que la radio este en línea con la información, que debe ser oportuna, fresca, veraz, y concreta con la cultura, que sea de fácil asimilación y demuestre su importancia al igual que los beneficios que se obtienen de ella” (García 399)

Como bien nos manifiesta el autor García Camargo sobre la audiencia y sus diferentes particularidades, entonces lo primero que se debe hacer es conocer bien las características generales y particulares de nuestra audiencia, para luego partir con una idea clara en la elaboración y aplicación de mensajes periodísticos en sus formatos que correspondan y sobre todo sean de fácil asimilación para el público.

3.2 Propuesta de implementación de otros formatos radiales en el periodismo deportivo.

En la investigación que se ha realizado sobre los programas deportivos se identificó claramente un total de seis categorías de formatos radiales que corresponden a los géneros periodísticos como son: El comentario, entrevista, diálogo, reportaje y también se encontraron de una forma demasiado restringida la noticia, la crónica.

De todas maneras en base a lo averiguado si es importante, recomendable que se implemente algunos nuevos formatos radiales porque el periodismo deportivo tiene pendiente algunos aspectos que se debe mejorar, para alcanzar mayor dinámica, interés en los programas deportivos es elemental que se dé mayor espacio a algunos formatos que en la actualidad tienen

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

muy poca presencia en los programas que se han tratado a lo largo de esta investigación.

Además en lo posible no se debe mezclar los temas deportivos con la publicidad, y a la vez tener un mayor orden al momento de referirse a la publicidad o a cualquier género periodístico para que el oyente tenga la facilidad de distinguir que clases de programas escucha y a la vez de mejor calidad de los mensajes periodísticos.

De acuerdo a los resultados de la investigación, es recomendable que en el periodismo deportivo ponga en práctica todos o la mayoría de formatos radiales que sean compatibles con la clase de mensaje a difundir. Entre los formatos más recomendables están las mesas redondas, las cuales tienen dos o más invitados para ofrecer a la audiencia el análisis de un problema o de una cuestión determinada. Por lo general, los invitados son especialistas en la cuestión que se trata de dilucidar.

Otro de los géneros periodísticos que se puede utilizar en el periodismo deportivo es la polémica o de debate que busca la discusión, la controversia. Se propone desde el inicio oponer y confrontar posiciones encontradas. Además el género del debate permite saber los criterios de personas que sepan o se involucren en un tema.

“El panel es donde se invita a diferentes personas para que cada una aporte su información y su punto de vista, desde la perspectiva de su respectiva especialidad. Las opiniones aquí pueden ser divergentes o coincidentes. Si hay discrepancias, se las señala y se las confronta, pero el programa no busca sistemáticamente oponer posiciones antagónicas. Su propósito es más bien aclarar una cuestión, analizarla desde diversos ángulos.” (Kaplún, Mario 170)

Finalmente sobre los géneros periodísticos o formato radiales, estos se deben adaptar a las características del público al cual se va a dirigir el mensaje y en otros casos el periodista debe construir un determinado formato a partir del tema que se va a difundir y también siempre teniendo

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

en cuenta las preferencias del público, al igual que sus características particulares, como sus costumbres, su cultura y otros



CONCLUSIONES:

Al concluir el presente trabajo de investigación sobre el análisis de géneros periodísticos y formatos radiales utilizados en el periodismo deportivo se puede decir:

1.- Si comenzamos por la importancia que tiene el periodismo deportivo local, del mismo podemos indicar que de acuerdo a la presente investigación los programas radiales estudiados tienen un nivel bajo en el uso de géneros periodístico y formatos radiales.

2.- En otros casos se ha identificado que algunos géneros y formatos periodísticos tienen una presencia demasiado limitada.

3.- Se ha reconocido que la abundante publicidad es uno de los factores que interfieren en el uso correcto de los géneros y formatos periodísticos en los programas de “Tomebamba Deportiva” y el “Súper Deportivo” de Splendid.

4.- En ciertos casos se ha revelado que los periodistas no dan la correspondiente importancia a los géneros y formatos en cuestión.

5 Sin embargo quienes dan menos importancia a los géneros periodísticos están en los primeros lugares en la preferencia de la sintonía.

6 En el periodismo deportivo local los géneros periodísticos tienen bastante que mejorar en el futuro, para llegar a plasmarse estos en la construcción de mensajes de mayor calidad y a la ser más vez ordenados.



RECOMENDACIONES:

Los periodistas deportivos, al estructurar los mensajes, deben considerar a los formatos y géneros periodísticos entre los factores principales para mejorar la calidad de los programas deportivos, porque la variedad de dichos géneros y formatos van a producir programas más enriquecidos que llamen mayor la atención del público.

Sin embargo se debe rescatar algunas, técnicas, métodos y prácticas que se utilizan en los programas investigados, ya que dichos programas tienen un buen nivel de audiencia en la actualidad. Entonces con seguridad hay varias cosas que se puede rescatar de ellos. Pero lo mejor sería completar la parte académica que nos sugieren los especialistas en radio con la experiencia amplia y características propias de algunos periodistas.

El resultado sería una especie de fusión de métodos y técnicas lo cual de seguro tendrá una gran valía para los nuevos periodistas deportivos, quienes están llamados a innovar, a responder frente a nuevas exigencias de la audiencia, porque no sería correcto seguir haciendo exactamente lo mismos que se hacía hace muchos años e incluso como en algunos casos descartado la importancia formatos y géneros periodísticos. Estos existen y son recomendados, por lo cual se deben aplicar en lo posible, claro que siempre se debe tener como referencia las características, intereses de la audiencia que para se realice mensajes periodísticos, programas deportivos coherentes con quienes van ser los destinatarios finales.



ANEXOS:

Estadísticas de cada uno de los programas grabados, durante tres días consecutivos.

ESTRUCTURA GENERAL DE "TOMEBAMBA DEPORTIVA"
PRIMERA EMISIÓN.

| | Categorías | Tiempo | T. min. | % |
|---|--------------------------------|----------------|----------------|----------|
| 1 | Comentarios | 1:11:40 | 71,40 | 31,73 |
| 2 | Entrevistas | 0:50:48 | 50,48 | 22,44 |
| 3 | Publicidad | 0:50:22 | 50,22 | 22,32 |
| 4 | Otros | 0:23:40 | 23,4 | 10,40 |
| 5 | Diálogos | 0:19:43 | 19,43 | 8,64 |
| 6 | Crónicas | 0:05:17 | 5,17 | 2,30 |
| 7 | Notas informativas | 0:03:30 | 3,30 | 1,47 |
| | DURACIÓN DE GRABACIONES | 3:45:00 | | |
| | Grabaciones en minutos. | 225 minutos | | |

ESTRUCTURA GENERAL DE "TOMEBAMBA DEPORTIVA"
SEGUNDA EMISIÓN.

| | Categorías | Tiempo | T. min. | % |
|---|--------------------------------|----------------|----------------|----------|
| 1 | Comentarios | 1:21:03 | 81,03 | 38,59 |
| 2 | Publicidad | 0:49:31 | 49,31 | 23,48 |
| 3 | Diálogos | 0:46:08 | 46,08 | 21,94 |
| 4 | Otros | 0:17:42 | 17,42 | 8,30 |
| 5 | Entrevistas | 0:12:44 | 12,44 | 5,92 |
| 6 | Notas informativas | 0:02:52 | 2,52 | 1,20 |
| | DURACIÓN DE GRABACIONES | 3:30:00 | | |
| | Grabaciones en minutos. | 210 minutos | | |

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ESTRUCTURA GENERAL DEL "SÚPER DEPORTIVO DE SPLENDID"
PRIMERA EMISIÓN.

| | Categorías | Tiempo | T. min. | % |
|-------------------------|-------------------|---------------|----------------|----------|
| 1 | Comentario | 1:33:49 | 93,49 | 34,63 |
| 2 | Publicidad | 1:27:05 | 88,05 | 32,61 |
| 3 | Entrevistas | 0:38:03 | 38,03 | 14,09 |
| 4 | Reportaje | 0:24:13 | 24,13 | 8,94 |
| 5 | Otros | 0:11:40 | 11,40 | 4,22 |
| 6 | Diálogo | 0:08:06 | 8,06 | 2,99 |
| 7 | Crónica | 0:04:14 | 4,14 | 1,53 |
| 8 | Nota informativa | 0:02:50 | 2,50 | 0,93 |
| DURACIÓN DE GRABACIONES | | 4:30:00 | | |
| Grabaciones en minutos. | | 270 minutos. | | |

ESTRUCTURA GENERAL DEL "SÚPER DEPORTIVO DE SPLENDID"
SEGUNDA EMISIÓN.

| | Categorías | Tiempo | T. min. | % |
|-------------------------|--------------------|---------------|----------------|----------|
| 1 | Publicidad | 1:20:57 | 80,57 | 29,84 |
| 2 | Comentario | 1:07:23 | 67,23 | 24,90 |
| 3 | Entrevistas | 0:53:29 | 53,29 | 19,74 |
| 4 | Diálogos | 0:44:45 | 44,45 | 16,46 |
| 5 | Otros | 0:16:56 | 16,56 | 6,13 |
| 6 | Crónicas | 0:03:40 | 3,40 | 1,26 |
| 7 | Notas informativas | 0:02:50 | 2,50 | 0,93 |
| DURACIÓN DE GRABACIONES | | 4:30:00 | | |
| Grabaciones en minutos. | | 270 minutos | | |

AUTOR:
Amancio Rodrigo Gutama Loja.



Estadísticas de las encuestas realizadas a los integrantes de la “Crónica Roja” (barra del Deportivo Cuenca)

Resultados finales del nivel de aceptación del programa "Tomebamba Deportiva" en su primera y segunda emisión.

| Temas en cuestión. | SUMATORIA GENERAL DE VOTOS | | | | | | | | | Total. | No/res |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | | |
| 1) Espacio suficiente para los protagonistas del deporte | <input checked="" type="checkbox"/> | 69 | 21 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 60 | |
| Espacio insuficiente para los protagonistas del deporte | <input checked="" type="checkbox"/> | 60 | 9 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 79 | |
| 2) Publicidad Normal | <input checked="" type="checkbox"/> | 62 | 9 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 79 | |
| Publicidad excesiva | <input checked="" type="checkbox"/> | 79 | 0 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 3 | |

Calificación general a "Tomebamba Deportiva" primera y segunda emisión.

| | | | | | | | | | | | |
|--------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|----|---|
| 3) Muy bueno | <input checked="" type="checkbox"/> | 54 | 0 |
| Bueno | <input checked="" type="checkbox"/> | 73 | |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 20 | |
| Malo | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 3 | |



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Resultados finales del nivel de aceptación del programa el "Súper Deportivo" de Splendid en su primera y segunda emisión.

| Temas en cuestión. | SUMATORIA GENERAL DE VOTOS | | | | | | | | | Total. | No/Res |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | | |
| 1) Espacio suficiente para los Protagonistas del deporte | <input checked="" type="checkbox"/> | 100 | 27 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Espacio insuficiente para los protagonistas del deporte | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | 23 | |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 2) Publicidad Normal | <input checked="" type="checkbox"/> | 66 | 17 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Publicidad excesiva | <input checked="" type="checkbox"/> | 67 | |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | | |

Calificación general al "Súper Deportivo" de Splendid primera y segunda emisión

| | | | | | | | | | | | |
|-----------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|----|---|
| Muy bueno | <input checked="" type="checkbox"/> | 59 | 0 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Bueno | <input checked="" type="checkbox"/> | 68 | 0 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Regular | <input checked="" type="checkbox"/> | 21 | |
| Malo | <input checked="" type="checkbox"/> | 2 | |

Entre los programas deportivos de radio Splendid y radio Tomebamba.

¿Cuáles piensa usted que son los mejores?

| | | | | | | | | | | | |
|-----------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|----|---|
| Radio Tomebamba | <input checked="" type="checkbox"/> | 76 | 0 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Radio Splendid | <input checked="" type="checkbox"/> | 74 | |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | | |



Referencias bibliográficas

- Cardoso F. Martha . Historias de radio: nacen de todas las voces. Cuenca: Universidad de Cuenca, 2012.
- López Vigil, José Ignacio. <http://daniradio.wordpress.com/2009/10/10/generos-y-formatos>. abril de 2005. 22 de mayo de 2013 <<http://daniradio.wordpress.com/2009/10/10/generos-y-formatos>>.
- Alcoba, Antonio. El periodismo deportivo en la sociedad moderna. Madrid, 1980.
- García Camargo, Jimmy. La radio por dentro y por fuera. agosto de 1980. 29 de junio de 2013 <<http://186.5.95.155:8080/jspui/handle/123456789/70>>.
- Guillen Moreno, Leonardo. "Características de programas deportivos radiales" 13 de junio de 2013.
- . Producción de programas de Radio. Ed. Ecuador. Diciembre de 1999. 22 de mayo de 2013 <<http://es.scribd.com/doc/132931958/Mario-Kaplun>>.
- Ochoa Guerrero, Cristian Fernando. "Diseño y producción de la radio revista "La hora cero". Tesis. Universidad Politécnica Salesiana. 2006.
- Ortiz Vizúete, Fernando. El periodismo o la pasión por la verdad. 29 de Mayo de 2009. 22 de Mayo de 2013 <fer-ortiz.lacoctelera.net/post/2009/05/29/historia-la-radio-fernando-ortiz-vizúete-mayo-2009>.
- Peña Cueva, Leonor Elizabeht y Jorge Patricio Quilambaqui Tenezaca. "Análisis del contenido de los mensajes de los locutores de radio F:M en Cuenca". Tesis. Universidad de Cuenca. 2003.
- Reinoso, Pedro. "Característcas de programas deportivos radiales" Rodrigo Gutama Loja. 13 de junio de 2013.
- Soto Alemán, Leonel. "El comentario deportivo en las radios de Cuenca". Tesis Universidad de Cuenca. 1994.
- Trujillo, Guifor. "Características de programas deportivos radiales" 13 de junio de 2013.