

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE CUENCA

Carrera de Comunicación Social

Tema:

*“IMPLEMENTACIÓN DE UN SUPLEMENTO DEPORTIVO PARA DIARIO
PORTADA DE LA CIUDAD DE AZOGUES”*

Proyecto de Grado para la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social

Investigador:

Edison Flores C.

Director de Tesis:

Licenciado Jorge Galán.

CUENCA - ECUADOR
2012

CERTIFICACIÓN

Jorge Galán, Director de Tesis, certifico que el presente trabajo fue desarrollado, bajo mi dirección por el alumno Flores Cueva Edison Oswaldo.

Lcdo. Jorge Galán
DIRECTOR DE TESIS

RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Edison Flores Cueva

C.I.: 0918412164

Dedicatoria

Este proyecto de grado y en sí todo lo que conlleva la presentación de este producto, se lo debo a muchas personas, quienes han estado junto a mi durante estos cuatro años, apoyándome y motivándome, y, por quienes he puesto todo mi esfuerzo, el cual ha dado lugar a que haya madurado como persona y profesionalmente.

Gracias a ti mi amor, mi esposa y sobre todo mi amiga, Andrea, porque fuiste la persona que me pidió que entregue todo de mi para brindar tranquilidad a nuestro hogar y al futuro de nuestro hijo, y que afortunadamente ahora me acompañas en este triunfo, el cual te lo dedico por confiar siempre en mí.

Gracias a ti, mi acocosh precioso, Andresito, por soportar mi ausencia cuando tenía que cumplir con la responsabilidad de la universidad, y aun así recibirme con los brazos abiertos y con una sonrisa hermosa.

Gracias a ustedes mami, papi y lui, quienes me han apoyado incondicionalmente, como solo una familia lo podría hacer; por trabajar tan duro para que no me falte nada y sea cada día mejor, gracias por poner todo lo bueno de ustedes en mí y permitirme ser una persona de bien. ¡¡¡Lo logramos mami!!!! tantas iras y sufrimiento ahora se ven recompensadas en este título.

Gracias a Dios por darme salud, fuerzas y ganas de salir adelante, así como brindarme esta felicidad que siento por haber dado un paso más en el camino de la vida profesional, la cual quiero conquistar, porque sé que atrás de mi existe todo un mundo que luchará para que siempre salga triunfante. Los amo a todos, gracias.

Edison Flores C.

Agradecimiento

El agradecimiento de este trabajo va para toda la provincia del Cañar, y en especial a Azogues, ciudad que me permitió obtener todos los reportajes que necesitaba para realizar este producto, el cual será uno de los pocos con los que contará Cañar para sustentarse con información deportiva.

De la misma manera agradezco a las autoridades deportivas de la Federación del Cañar, quienes gustosos siempre me brindaron toda la información necesaria para llevar a cabo la recopilación de datos verídicos y apegados a la historia.

Y como no agradecer a una de las personas que permitieron que me supere profesionalmente, y que me ha enseñado a luchar y esforzarme por lo que realmente me gusta, a usted “profe”, Jorge Galán, muchas gracias, porque me dio la oportunidad de incursionar en el periodismo y aprender mucho de usted, enseñanzas que ahora se ven reflejadas en este suplemento.

Índice

Introducción	1
Capítulo 1	
1. Análisis del periodismo	12
1.1. Historia del periodismo deportivo en el Cañar	12
1.2. El deporte en la provincia del Cañar	24
1.3. Deportistas cañarenses destacados en último lustro	38
1.4. Deportivo Azogues como referente del periodismo deportivo.	47
Capítulo 2	
2. Manual Periodístico	62
2.1. Estilo periodístico	62
2.1.2. REPORTAJE	70
2.1.3. ENTREVISTA	70
2.1.4. CRÓNICA	70
2.1.5. RESEÑA	71
2.1.6. ARTÍCULO DE FONDO O EDITORIAL	71
2.1.7. EPISTOLAR	71
2.1.8. EPIGRAMA	72
2.1.9. NOTA CORTA	72
2.1.10. DESPLEGADO	72
2.1.11. GACETILLA	72
2.1.12. COLUMNA	72
2.2. Fotografía periodística	73
2.2.1. Definiciones básicas del fotoperiodismo	74
2.2.2. La fotografía deportiva	77
2.2.3. Fotografiar deportes	78
2.3. Los suplementos en los periódicos	79
2.4. El periodismo deportivo	88
2.4.1. Galería del Periodismo Deportivo	94

Capítulo 3

3. Mercadeo y difusión	111
3.1. La publicidad	111
3.1.1. Los productos	114
3.1.1.1. Tipos de productos	114
3.1.2. El lenguaje de la publicidad	117
3.1.3. Marketing	120
3.1.4. Marketing deportivo	122
3.2. Análisis de mercado	123
3.2.1. Encuesta	123
3.2.2. Oportunidades del mercado	127
3.2.2.1. Análisis de oportunidades del mercado en el Cañar	128
3.2.3. Descripción del producto	129
3.3. Público objetivo	130
3.3.1. Distribución provincial	130
3.3.2. Lanzamiento	131

Capítulo 4

4. Producción del Suplemento Deportivo	133
4.1. Recopilación de material para el suplemento	133
4.2. Diseño	145
4.2.1. Elementos del diseño	147
4.2.1.1. Soporte	148
4.2.1.2. Signos	148
4.2.1.3. Mensaje	148
4.2.1.4. Forma	148
4.3. Diagramación	149
4.3.1. Diagramación para medios impresos	151
4.4. Maquetación	153
4.4.1. Elementos en el proceso de maquetación	154
4.5. Suplemento Deportivo	157
5. Conclusiones	172
6. Recomendaciones	174

7. Bibliografía	175
-----------------	-----

Introducción

El periodismo deportivo es un elemento esencial de todas las organizaciones de la información en la actualidad. Existen asociaciones y gremios influyentes de periodistas deportivos en los diferentes países e incluso a nivel regional e internacional que se dedican a la cualificación del oficio de transmitir información específicamente deportiva. De la misma manera, algunos medios de comunicación social se especializan sólo en información deportiva. Entre los periódicos más destacados en Europa se encuentran L'Équipe en Francia, La Gazzetta dello Sport en Italia, Gazeta Sporturilor en Rumania y Sporting Life en Gran Bretaña. En Estados Unidos se destacan las emisoras Sports Illustrated y Sporting News y el canal de televisión ESPN.

Aunque para algunos es una perversión del periodismo, donde se viola de manera permanente la objetividad y la independencia cuando los comentaristas y narradores se declaran hinchas de un club o denigran a los rivales; otros los consideran detractores del lenguaje y sobre quienes recae gran parte de la responsabilidad como generadores de la violencia en los estadios. Pero para la mayoría, el periodismo deportivo es un género propio, una de las canteras que revitaliza lenguaje y parte fundamental del espectáculo futbolístico.

Pese a que la mayoría de personas relacionan al periodismo deportivo tan sólo con el fútbol, es importante destacar que en el país se destacan muchos otros como la marcha, atletismo, bicicross, escalada, rally, etc. Brindando así no solo a los deportistas; sino también a los fanáticos una infinidad de opciones para las diferentes disciplinas.

La provincia del Cañar no ha tenido un suplemento deportivo que entregue información muy diferente a lo que otros medios de comunicación inmediatos pueden generar, lo que es el espacio propicio para dar ese plus a la información deportiva que buscan los lectores y amantes de los deportes.

Es por eso que decidí hacer este proyecto de grado, el cual recopila toda la información sobre el deporte en la provincia, así como la historia del deporte, los deportistas más connotados, entre varios puntos que sustentan el trabajo realizado y confirman que este producto va a ser bien recibido por todos los cañarenses.

Iniciamos con la historia del periodismo deportivo en el Cañar. En este espacio, se rescató la información que manejaban los periodistas de este contexto, tanto los íconos, como los nuevos personajes, quienes recuerdan sobre los primeros pasos de esta emocionante profesión y las peripecias que tuvieron que realizar para poder dar a conocer sobre las actividades que se realizaban en la provincia, todo por la falta de tecnología, lo que en la actualidad permite de manera inmediata y

fácil el saber qué es lo que sucede en las canchas de Japón, Corea o cualquier país de Europa.

De esta manera se han desarrollado más capítulos, en los cuales se encontrará información de todo lo que se necesita saber para la elaboración de un suplemento deportivo, así como su estructura periodística. De allí que los géneros periodísticos se analizó de manera objetiva, permitiendo rescatar lo relevante de este arte, el cual en varias ocasiones se ha visto mal utilizado por profesionales de la rama, quienes impiden que los amantes a este deporte los sigan y puedan tener un producto de calidad.

Asimismo, se aborda el diseño, donde debe agruparse tanto el buen gusto cuanto las reglas que manejan este tipo de productos, con lo que se podrá elaborar un suplemento acorde a las necesidades de sus lectores y con lo que se podrá triunfar en la emisión informativa del deporte. Así se convierte en un acto de imaginación y creatividad, ya sean textos, fotografías, gráficos, colores, formas, dibujos, etc.; con la finalidad de transmitir un mensaje visual.

Les dejo con este proyecto de grado, en el cual espero que encuentren la información requerida y así satisfacer dudas que tenían sobre este tema en la provincia hermana del Azuay.

Capítulo 1

1. Análisis del periodismo

1.1. Historia del periodismo deportivo en el Cañar

La historia del Periodismo Deportivo de la Provincia del Cañar se remonta a finales de la década del 60, con las radios: “Ondas del Volante” y “Ondas Cañaris”, que iniciaron con una de las primeras transmisiones de programas deportivos de esta localidad, lo que permitió que se dé el primer paso para los cientos de periodistas deportivos con los que en la actualidad cuenta esta provincia.

La ciudad de Azogues, al ser la capital de la provincia y contar con un buen movimiento social, fue la pionera en integrar las emisoras de radio. Seguido de esto se recuerda al Semanario Herald del Cañar, medio impreso que nació en 1974, donde gracias a sus propietarios integró un espacio deportivo en sus páginas, las cuales se leían desde ese entonces y hasta la actualidad los días sábados, hecho que permite que la información se difunda en la provincia, porque su circulación llega a todos los cantones del Cañar.

Para proceder a tocar este sub capítulo, se ha investigado a periodistas de renombre en la provincia, como son Marco Robles, presidente del Círculo de Periodistas Deportistas del Cañar; Andrés Heras, conductor de programas deportivos en Cañar TV y Ondas Cañaris; Rubén Hugo Ochoa, doctor en jurisprudencia, quien fue uno de los pocos pioneros del periodismo deportivo que hasta el momento ejerce la profesión radial; ellos llegan a una conclusión: el compañerismo que han tenido los colegas del periodismo deportivo ha permitido que esta profesión se desarrolle sin competir, sino simplemente con el afán de dar a conocer la diversidad de deportes que se practican en la provincia del Cañar.

Los fundadores del periodismo deportivo en esta provincia, entre otros son: Rubén Darío Hugo, Milton Serrano Vásquez y Silvio Álvarez, algunos de los cuales todavía ejercen la profesión en las radios y canales de televisión.

La primera actividad deportiva que se difundió en las emisoras de radio fue el baloncesto, que se dividió en categorías como las interbarriales e intercolegiales, siendo la primera la que más concitaba a la afición, porque la capital cañarense se dividía en tres barrios, el norte, centro y sur, donde cada uno de estos se preparaba y organizaba sus equipos para enfrentar a los demás. Por tratarse de encuentros deportivos inusitados que se presentaban, los pocos medios de comunicación como las radios pioneras de esta actividad, transmitían los encuentros deportivos, que eran

escuchados por los aficionados que no podían ingresar a los escenarios deportivos para mirar los cotejos.

Una vez ganado el prestigio de los aficionados, al haber transmitido los cotejos de baloncesto, siguieron con el indoor fútbol, actividad deportiva que se aprovechó de la catapulta que fueron las emisoras, para, de a poco, ganarse el aprecio de los cañarenses, la cual era integrada por los moradores de los barrios de Azogues, quienes permitieron que este trabajo surja en el medio, porque al ser los deportistas los protagonistas, todos los familiares escuchaban los partidos de fútbol.

De ahí inició el trabajo de los informadores deportivos, quienes vieron que esta tarea era muy gratificante, porque tenían buena acogida y el aprecio de la afición, lo que permitió que el deporte salga a delante y sean varios los jóvenes que empezaron a entrenar en las diferentes disciplinas de los deportes con los que contaba la provincia en ese entonces, para llegar a ser los protagonistas en las pocas radios que en ese entonces existían, según expresa Andrés Heras¹.

Varias han sido las anécdotas que se han vivido en el periodismo deportivo del Cañar. El reconocido Rubén Hugo Ochoa cuenta las peripecias que han tenido que realizar para poder transmitir las emisiones deportivas. Una de ellas, en el año 1968, recuerda cuando tuvieron que viajar hacia

¹ HERAS, Andrés, periodista deportivo de Azogues, entrevista.

Esmeraldas, para transmitir un encuentro de fútbol, donde el Cañar visitó a esa provincia, pero el servicio de telecomunicaciones en esa época era completamente primitivo, por lo que tuvieron varios inconvenientes; gracias a la ayuda de un equipo de radioaficionados, pudieron transmitir el cotejo de fútbol.

La anécdota no termina allí, ya que al no contar con equipos de alta tecnología, como ahora tienen los radios, y al no tener retorno, no sabían si estaban al aire o simplemente nadie les escuchaba, comenta Hugo, quien asegura que el amor por el periodismo deportivo permitía que estas vicisitudes no quiten las ganas de transmitir los diferentes eventos deportivos, en los que entregaban todo de sí para poder informar de la mejor manera a los oyentes².

Luego apareció Radio Iris, emisora azogueña que también nació en la década de los 60, la misma que trabajó de una manera excepcional en las coberturas deportivas del baloncesto y demás deportes que en ese tiempo se practicaban en la provincia. Esta labor fue reconocida por varias emisoras a nivel nacional, como CRE Satelital y Gran Colombia, quienes retransmitían las emisiones de los eventos deportivos de la provincia.

Como experiencia profesional de Rubén Hugo, comenta que todo el trabajo en medios de comunicación reconocidos en el país, en el año 1970,

²HUGO, Rubén, periodista deportivo de Azogues, entrevista

cuando inició el fútbol profesional en la capital azuaya, Cuenca, se le abrieron las puertas en emisoras radiales de esa ciudad, como Splendid, El Mercurio, Ondas Azuayas, entre otras, quienes, por su calidad de periodista deportivo, no tuvieron reparos en contratarlo y así cautivar a sus oyentes.

La dificultad que tenían en ese entonces para transmitir los partidos de fútbol era grande, ya que al no contar con buena tecnología en la provincia, estaban obligados a colgar cables a lo largo de las calles, desde las radios hasta los escenarios deportivos. Esta actividad, un tanto insegura, la realizaban para contar con una buena transmisión y permanecer al aire, ello daba lugar a que la competencia corte los cables e intente demás jugarretas para sabotear la transmisión de las demás radios.

Rubén Hugo comenta que este tipo de actividades maliciosas se hacían de parte y parte, todo por algo de competencia, pero, sobre todo por restar sintonía a la competencia, y así ganarse aún más los adeptos que existían en la provincia del Cañar.³

De allí nace una nueva anécdota que llena de orgullo a Rubén Hugo cada vez que lo cuenta: en una final del Campeonato Nacional de Fútbol que se disputaba entre El Nacional y Barcelona, por un retraso en el vuelo, del narrador Petronio Salazar, gran periodista deportivo reconocido de

³Idem

Guayaquil, tuvo que tomar la batuta para CRE Satelital y transmitir el cotejo, que era de mucha importancia para el país, puesto que eran dos grandes equipos.

Es así que los medios de comunicación escritos al ver la sintonía que tenían las radios, se arriesgaron a incluir este tipo de información y dieron apertura en sus páginas para poder integrar el espacio y dar a conocer las actividades deportivas; además de sentirse comprometidos con sus paisanos, ya que adicional a la publicación de las noticias, eran muy consumidos sus productos, así como los espacios radiales, lo que permitió que sus ingresos puedan incrementar y de esta manera mejorar e innovar los programas para agradar y ganar con mayor facilidad a sus oyentes y lectores.

Para Rubén Hugo, la radio es excepcionalmente básica para el público, porque le permite al radioescucha desarrollar su imaginación, y, al locutor le da la oportunidad para que cree ciertas escenas que harán diferentes las transmisiones, combinado con ese juego de voces imaginario que dé lugar a una locución más alegre, dinámica, en comparación con el periodismo escrito.⁴

Después de haber iniciado la actividad periodística deportiva, Andrés Heras asegura que esta profesión cayó en un bache, por circunstancias

⁴Idem.

que desconoce, pero comenta que posteriormente se retomó la emisión de este tipo de información, la cual fue protagonizada por Radio Santa María, que tuvo el programa deportivo conducido por Marco Vinicio Robles, en los años 90, con un espacio al mediodía, el cual tomó el nombre de “RSM Deportes”.⁵

De igual manera, nació el Semanario El Espectador, cuyos directivos, tomando similar actitud a la de El Heraldo del Cañar, al incluir en sus páginas espacios para dedicarlos al deporte, donde más que información nacional e internacional, lo han hecho netamente al deporte local, resaltando y dando a conocer los deportistas más destacados de la provincia.

En el siglo XXI, se implementó la televisión en Cañar, como Austral TV y Cañar TV, medios de comunicación que han dado un giro a la historia del deporte cañareño, porque han podido visualizar al público los diferentes eventos que se dan en la localidad y transmitir una variedad de información, porque ya no solo podían escuchar o leer, sino que podían ver y escuchar cómo se desarrollaban las diferentes competencias de los deportistas cañareños y llegar con mayor veracidad de lo que sucedía en las competencias deportivas.

⁵ HERAS, Andrés, periodista deportivo de Azogues, entrevista.

Estas transmisiones televisadas iniciaron con espacios deportivos pequeños en medio de los noticieros, donde el canal pionero fue Austral TV. Esta televisora dio la apertura para que Heras cree su propio programa deportivo denominado “Full Deportes”, el cual a pesar que él ya no está al frente del mismo, todavía se transmite con periodistas de igual reconocimiento como Pedro Reinoso y Fausto Ávila, quienes en la actualidad han ampliado la cobertura y ahora transmiten información del Ecuador y el mundo, todo para complacer al necesidad de los televidentes, quienes con la tecnología tienen una diversidad de opciones para informarse; situación que exige sobremanera a los periodistas deportivos de esta época.

Poco tiempo después de la aparición de Austral TV, se dio el salto a la palestra de los medios de comunicación cañarenses de otro canal de televisión como es Cañar TV, que también incluyó espacios de información y opinión sobre los deportes.

Uno de los motivos para que la comunicación social deportiva haya triunfado y ubicado en la posición en la que se encuentra en la actualidad, se debió al gran número de deportistas con los que contaba hace varias épocas la provincia, quienes concitaron la atención de toda la sociedad cañarenses

La adición de varios medios de comunicación en los cantones de El Tambo, Cañar, Biblián, también ha permitido que esta actividad tenga mayor fuerza en la provincia, la cual por las exigencias de la información y ha obligado a los periodistas a que se preparen y trabajen de manera correcta e imparcial.

Es así que después de haber transmitido un sinfín de partidos de baloncesto e indoor fútbol, y avocados por brindar a su público la excelencia de un trabajo impecable, decidieron transmitir los cotejos de fútbol que disputaba el Deportivo Cuenca de regreso a la serie A del fútbol profesional ecuatoriano en el año 1984. Al ser la hermana provincia del Azuay, el escenario donde llegaban nuevamente equipos como el Barcelona de Guayaquil, Deportivo Quito, entre otros equipos de renombre del país, esto permitió que ya no sólo Rubén Hugo se foguee con eventos deportivos de interés nacional, sino la gran camada de periodistas deportivos que ya existían en esa década en la provincia del Cañar.

El equipo de fútbol profesional, Deportivo Azogues, le dio una vigencia a la actividad periodística deportiva para el Cañar desde el año 2005, ya que antes de este impacto futbolístico para la provincia, dominaba el deporte amateur, y no se tenía la nueva “moda” que fue el equipo guacamayo, lo que permitió que se reactive el Círculo de Periodistas Deportivos del Cañar y se inicie una afiliación masiva de comunicadores a esta institución.

Dos años después, cuando el Deportivo Municipal Cañar dio su salto a la serie B del fútbol ecuatoriano, fueron los dos únicos equipos que representaban y representan a la provincia, lo que motivó aún más a los periodistas deportivos cañarenses, quienes al ver el nivel futbolístico que presentaban estos planteles, les dieron la relevancia que se merecían, llegando así a dar el inicio del “clásico cañari”.

Lamentablemente el fútbol es así y el Cañar descendió a la Segunda Categoría, por lo que se quedó solamente el Deportivo Azogues en la serie “B”. Esta situación no ha permitido que el periodismo deportivo muera en la provincia del Cañar, ya que además del fútbol se cuenta con varias disciplinas que interesan en gran manera a los cañarenses, quienes siempre están atentos a los diferentes espacios radiales, televisivos y escritos con los que cuentan los medios de comunicación de esta provincia.

Marco Robles recuerda que con toda esta experiencia que cada día incrementaban los periodistas deportivos cañarenses en las transmisiones de fútbol, y al ver que la Selección de Fútbol del Ecuador se encontraba en instancias como las eliminatorias, fue un empujón para que se arriesguen a transmitir estos eventos, de los cuales obtuvieron logros importantes para

la provincia y así cumplieron con su deber de informar a toda la provincia lo que sucedía en la ciudad de Quito con la tricolor.⁶

Se han llegado a unir tanto los periodistas deportivos cañarenses, que en las transmisiones deportivas que se realizan fuera de la provincia, contratan un solo transporte que les lleve a los diferentes escenarios deportivos, donde cada uno hace su trabajo de manera profesional y sin ánimo de opacar a sus colegas, sino solamente entregar la mejor información al público.

En el año 2003 entró en circulación el primer cotidiano de la provincia del Cañar como es Diario Portada, dirigido por el licenciado Jorge Galán, quien junto a su familia al ver las necesidades de información que solicitaban los cañarenses, emprendieron el trabajo de dar información de los sucesos que acontecían todos los días, y no solamente cada semana.

En el tamaño tabloide, dedicaron una de las últimas páginas para poder dar a conocer el deporte de la localidad, sin dar mucha relevancia a lo nacional, porque vieron el hambre de noticia fresca que tenía la provincia.

Esto motivó a que varios periodistas quieran integrar las filas de este medio impreso, el cual hacía cobertura diaria y permitía que la actualidad de los deportes se encuentre a la mano por parte de sus clientes. En la actualidad

⁶ ROBLES, Marco, periodista deportivo de Azogues, entrevista.

Portada ha visto la necesidad de integrar no una, sino dos de sus páginas para esta actividad, dando prioridad tanto al deporte nacional como local, pero específicamente una página completa solo para las actividades deportivas de la provincia, lo que tenido acogida en sus lectores.

La información de Diario Portada ha ayudado a varios comunicadores deportivos cañarenses, que toman noticias de sus páginas para sacarlas al aire en sus emisiones, sea de radio o televisión, porque han visto el interés del periódico en promover el deporte con las diferentes coberturas que hacen en todas sus ramas.

Por fechas similares, nació en Azogues el semanario Panorama, el cual incluso se dedica a tratar temas para migrantes, lo que informa sobre el deporte de la localidad en el extranjero, donde compatriotas tienen acceso a la información de los diferentes campeonatos de indor fútbol, que cautivan los fines de semana a todos los azogueños y cañarejos.

Desde el año 2005 han salido a la palestra del periodismo deportivo personajes como José Encalada Flores, John Palacios Romero, Marcelo Castro, Javier Flores, Henry Pulla, Byron Vinicio Narváez, Mauricio Ochoa, entre otros, quienes han tomado la posta para continuar con este deber de mucha responsabilidad, porque en las manos o voces de cada profesional está la responsabilidad de entregar la información veraz.

Deportes como el atletismo, básquet, disciplinas de contacto, indor, entre otros, permitieron que se dé esta apuesta por los medios de comunicación, a su vez que a los periodistas les motivó a dar a conocer el deporte que se practica en la provincia, ya que cada vez se fueron ampliando los horizontes hasta donde llegaban las ondas de radio, la circulación de los periódicos y la señal de los dos canales que nacieron en la provincia del Cañar.

El periodismo deportivo en la provincia del Cañar a lo largo de sus 50 años, ha podido marcar el inicio de la difusión de las actividades deportivas en sus diferentes disciplinas, dejando en alto el nombre del Cañar, al narrar y dar a conocer los deportes que se practican en esta provincia, así como sus representantes y quienes han puesto todo de sí para alcanzar las glorias del deporte cañareño.

1.2. El deporte en la provincia del Cañar

El deporte amateur de la provincia del Cañar se practica desde hace varios años atrás; realmente se desconoce la fecha exacta de sus inicios, pero lo que sí se sabe, es que en aquella época se manejaba de manera muy desorganizada y empírica. Los competidores no tenían una organización que permita representar a la provincia y contar con una preparación adecuada.

Ante esta situación y al ver la categoría y calidad que tenían los deportistas cañarenses, quienes no contaban con escenarios deportivos, la Federación Deportiva Provincial del Cañar nace en el mes de enero de 1944, integrada por un grupo de personas amantes del deporte, quienes además eran muy reconocidos en la provincia por su trabajo y esfuerzo demostrado en sus años de vida.

Esta iniciativa nace de Alfonso Crespo Ochoa y Miguel Izquierdo Ayora, presidente y vicepresidente del directorio de esta institución. Para los demás cargos fueron designados Vicente Cabrera, Julio Jara, Segundo Salinas, Ezequiel Salinas, Baltasar Coronel, Joel Jara, Flavio Muñoz. Este fue el primer ente deportivo creado en el Cañar.

En Azogues se contó en el aporte deportivo de Miguel Izquierdo Ayora, profesor que al ser amante del deporte y con la intención de brindar mejores conocimientos deportivos a sus alumnos, se convirtió en un especialista deportivo de primer nivel. Él se graduó de técnico en kinesiología en Buenos Aires, Argentina, por lo que desde el año de 1937 fue profesor de educación física en el colegio Juan Bautista Vásquez, en donde dejó las enseñanzas de baloncesto, atletismo, gimnasia y fútbol.

El colegio Juan Bautista Vásquez, el primero de Azogues, fue uno de los planteles que más deportistas ha brindado para representar a la provincia y ciertos clubes que se formaron. Esto se debió a que su rector fue Vicente

Crespo Ochoa, quien al ser profesor sabía lo importante que el deporte era para la sociedad, por lo que apoyó totalmente a los jóvenes estudiantes que tenían inclinación a esta actividad. Es así que este colegio puso un factor determinante para el desarrollo del deporte cañareño.

Sebastián Rivas, presidente de la FDC, recuerda que los primeros deportes que se dieron en la provincia eran el fútbol y el baloncesto, en los que brillaron varias estrellas, quienes sobresalieron de los demás deportistas por la entrega que demostraron por la camiseta de la provincia, pero primero por cada uno de los equipos en donde nacieron.⁷

Sumados a estos deportes, la provincia contó con otras disciplinas, las cuales sobreviven hasta la actualidad y son muy apoyadas por los cañareños, como son el ecuavoley, además de deportes que recién en la década de los 50 se sumaron, como las varias disciplinas del atletismo, el tiro práctico y la natación.

Según información de periodistas deportivos cañareños, quienes tienen testimonios al haber estado muy cerca de la actividad deportiva desde la década de los 60, recuerdan la formación de equipos de baloncesto e indoor.

⁷ RIVAS, Sebastián, presidente de la Federación Deportiva del Cañar, entrevista.

Paralelamente se dio la presentación de campeonatos de indoor fútbol, que hasta la actualidad se pueden observar en la provincia, los cuales, si bien no iniciaron primero que el básquet, tuvieron y tienen gran acogida por parte de los cañarenses, quienes al ser una derivación del fútbol, han permitido que esta disciplina sobresalga y tenga el apoyo con el que cuenta; en la actualidad son campeonatos que incluso duran varios meses, por la cantidad de equipos con los que cuenta cada torneo. Los torneos de fútbol son los más solicitados por los cañarenses que practican este deporte; de ahí que varias personas organizan estos campeonatos en los siete cantones con los que cuenta la provincia.

“Equipos de fútbol como Colo Colo, que lograron atraer a los aficionados y ganarse el cariño de los mismos, demuestra que si hoy se lograra reunir a los jugadores que armaron este elenco, tranquilamente se vería la calidad de deportistas con los que contaba este equipo”, es como se expresa Rubén Hugo, uno de los pioneros del periodismo deportivo cañarenses; él comenta que “estos jugadores eran unos verdaderos artistas con el balón, verdaderos dominadores de la pelota, muchachos que se entregaban sin importarles el tiempo, porque se dedicaban mañana, tarde y noche a jugar, para prepararse en lo que más les gustaba, es por eso que este equipo nos dejó muy buenos recuerdos”.

El periodista también agrega que “lamentablemente estos recuerdos se quedaron encerrados en nuestro pequeño terruño, sin mayor proyección,

ya que no tuvieron mayor trascendencia a nivel austral ni mucho menos nacional, porque las distintas vicisitudes que tenían que atravesar las personas que amaban el deporte y lo hacían sin ánimo de lucro, los obligaban a ganarse el pan de cada día, por lo que de a poco dejaron esta profesión, que en ese entonces no pagaban bien, a diferencia de los que se da en la actualidad. Una de las razones por las que no pudieron salir adelante y ser reconocidos a nivel nacional, fue el problema de las vías, que no tenían un buen estado y era difícil que se den a conocer en otros lugares”, narra Rubén Hugo.⁸

Estos jugadores simplemente se entregaban a su hinchada, la misma que los seguía a cualquier lugar donde ellos se enfrentaban con sus rivales, todo por regresar con la victoria y continuar en el camino de la gloria futbolera.

Seguido de estos deportes se vivió el automovilismo en la provincia del Cañar, donde las instituciones que amaban este deporte y, en especial, los sindicatos de choferes profesionales, pusieron mucho esfuerzo para que esta disciplina se dé, ya que cuando cumplían un aniversario más, ellos organizaban carreras para poder complacer a los profesionales del volante, pero, sobre todo, a los cañarenses, es así que de a poco se conformaron clubes como el Siglo Veinte, donde cada uno de sus integrantes aportaba desinteresadamente para que se dé un buen espectáculo y este deporte se

⁸ HUGO, Rubén, periodista deportivo de Azogues, entrevista.

vaya afianzando más en el Cañar. Esta disciplina deportiva se consolidó también con la vuelta a la república, donde se cuenta con varios pilotos cañarenses, quienes han dejado en alto el nombre de la provincia, como en la mayoría de deportes que han participado.

En el automovilismo, al igual que los demás deportes, se contó con deportistas que se ganaron el aprecio y la admiración de los aficionados que amaban en su tiempo el deporte tuerca, además de héroes, porque las carreteras del Ecuador eran llenas de baches, lo que obligaba a todo el equipo de cada uno de los pilotos a preparar los vehículos con las condiciones necesarias para poder cruzar la meta, con la victoria y el automóvil en óptimas condiciones; ellos quedan en el recuerdo como los pioneros del automovilismo.

Los deportes de combate también surgieron en la provincia del Cañar en la década de los 60, ya que se realizaban varios encuentros, los cuales, según comenta Rubén Hugo, se desarrollaban en el Coliseo del Colegio Juan Bautista Vásquez, los mismos que se han dejado de realizar hasta el momento. En estos torneos, de la misma manera como en los demás deportes se contó con grandes baluartes, que fue producto del gran número de campeonatos que se realizaban.⁹

⁹Idem.

El trabajo que ha realizado la FDC, desde su inicio, fue buscar la excelencia de los deportistas, quienes han trabajado para encontrar la mayor esencia y el mejor talento del deportista. Esto se lo ha logrado por el trabajo organizado; de ahí que los resultados han sido positivos, por los deportistas que han representado a la provincia en diferentes torneos, los cuales incluso han sido de nivel internacional.

Desde el inicio del deporte cañareño se manejaban pocas disciplinas deportivas, pero en la actualidad, esta provincia cuenta con 17, con sus respectivas escuelas de iniciación, las mismas que son Ajedrez, Atletismo, Andinismo, Baloncesto, Boxeo, Fútbol, Gimnasia Artística, Judo, Karate Do, Lucha, Taekwondo, Halterofilia, Fisicoculturismo, entre otras, cada una de ellas integradas con sus directorios dirigenciales y equipos de trabajo conformados con personal técnico especializado, de cuyo importante trajinar se han alcanzado varias preseas, llenando de orgullo a propios y extraños, las cuales son para los deportistas que representan al Cañar.

Este tema también ha trabajado la FDC, porque se ha preocupado que el deporte también sea para las personas que no cuentan con una preparación física acorde para competir, sino simplemente para realizar actividades físicas y erradicar el sedentarismo, que es en lo que incluso el Ministerio del Deporte trabaja, dentro del proyecto piloto “Ecuador ejercítate y vive sano”, donde se brinda las ahora reconocidas bailes terapias, donde amas de casa o personas que no tienen tiempo para

ejercitarse, acuden a estas sesiones y pueden contar con un cuerpo ejercitado y saludable.

Hace varios años atrás, durante la presidencia de Eduardo Ríos los directivos, Luis Carpio y Cornelio Pozo, promocionaron los equipos de fútbol como el Colo Colo, Estrella Obrera, los cuales tuvieron preferencia dentro de los azogueños y demás cantones del Cañar.

En la actualidad, una buena ayuda es la que ha brindado el Ministerio del Deporte para la FDC y en sí para la provincia, porque se ha podido ofrecer a todos los espacios de la sociedad y de la comunidad las diferentes actividades deportivas. Para conseguir este cometido, se ha dividido el deporte formativo en alto rendimiento y recreativo.

Este último engloba el deporte barrial, parroquial, escolar, colegial, universitario y quienes no asisten a instituciones educativas; mientras que deporte de alto rendimiento le corresponde a la FDC.

De esta manera, es efectivo iniciar con el deporte recreativo, ya que ha dado buenos resultados, es así que la FDC ha incrementado el número de deportistas considerablemente, debido que el deporte se ha direccionado desde los infantes, quienes han visto en esta actividad algo positivo para sus vidas.

A decir de Heras, uno de los inconvenientes del cual se veían afectados los deportistas cañarenses, era que los grupos dirigenciales de los organismos deportivos, en cierta época pasada se trataba como un cacicazgo, donde los cargos eran asumidos tras cortinas sin límites, donde el deportista era el único que no se favorecía de esto. El comunicador asegura que “esto tenía que ser diferente, porque en la actualidad inclusive los delegados de los deportistas asisten a las reuniones de la dirigencia; todo por favorecer a la persona que se esfuerza y deja el sudor en los diferentes escenarios deportivos el momento de representar a esta provincia”, acota Heras.¹⁰

Un aspecto fundamental que han tenido los deportistas del Cañar, ha sido el incremento de los escenarios deportivos, ya que de apoco se han sumado más lugares para que los atletas puedan prepararse y así contar con un buen nivel competitivo.

Cuando se creó la FDC, los deportistas no contaba con ningún espacio para entrenar, solamente se tenía la Plaza Nueva, lugar con un terreno irregular que se había expropiado antes del año 1930 con el fin de que funcione la plaza del ganado. Este lugar, después de varios años y por gestión de los vecinos del lugar, fue adecentado para que se pueda practicar el ciclismo y “para patear la pelota”, como le decían al fútbol.

¹⁰ HERAS, Andrés, periodista deportivo de Azogues, entrevista.

Después de pocos años se emplazó el Coliseo Mayor Eduardo Rivas Ayora, donde se realizaban los entrenamientos de fútbol, ecuavoley y las diferentes disciplinas del atletismo. El baloncesto también en sus inicios se lo practicaba de una manera muy empírica, por no contar con canchas adecuadas.

Aunque parezca increíble, no hace mucho tiempo atrás, algunos escenarios deportivos se tenían que arrendar en la provincia para que los deportistas entrenen. Es por eso que los dirigentes deportivos del Cañar han visto la necesidad de pedir al Ministerio del Deporte que les brinde una ayuda con la construcción de seis escenarios deportivos, que están listos, logro que da comodidad a sus deportistas para que luchen por obtener glorias en las disciplinas donde se desenvuelven.

Entre algunos de los escenarios que se implementaron están: el Coliseo tipo Mil, el Complejo Deportivo de las canchas de tenis, otro complejo donde cuenta con piscina olímpica, coliseo de lucha y un espacio deportivo amplio externo, coliseo deportivo, entre otros complejos deportivos que brindan los espacios para que los cañarenses se preparen.

La FDC también ha pensado en el futuro no muy lejano de los deportistas, es así que se cuenta con un proyecto, que corresponde a un Centro de Entrenamiento de Alto Rendimiento, el cual cuenta con un terreno de 27 hectáreas que es de propiedad de esta institución. Para este lugar la

Universidad Católica de Azogues, con sus estudiantes y profesionales, ya han realizado un anteproyecto para la construcción del mismo, con lo que sería el único en el país. En este lugar se contará con pistas de bicicross, downhill, además de la variedad de deportes extremos, donde los deportistas tendrán la tranquilidad de entrenar en un lugar fuera de la bulla y la contaminación de la ciudad, que sería lo ideal para que ellos se prepararen, asegura Heras.¹¹

El tratamiento que se dio para los escenarios deportivos se vio manchado por personas que se oponían a la creación de los mismos, aduciendo varias justificaciones que en la actualidad permiten ver que eran errados y que fue positivo llevar adelante esas construcciones. Este es el caso del Estadio Municipal Jorge Cantos, donde se decía que era una inversión poco justificable y que estaba mal ubicado. Luego de varios problemas que se presentó por este estadio, como fue el tratar de arreglar un problema geológico que atravesaba, se optó por contar con el Estadio Federativo, el cual se creó en la década del 50, escenario deportivo que cuando sufría los embates de la naturaleza, por las fuertes lluvias, se volvía un verdadero charco, lo que no impedía que se haga deporte de manera correcta y se daban incluso suspensiones de cotejos de fútbol.

El primer equipo que se fundó en la ciudad de Azogues y en toda la provincia fue El Rayo, en el año 1928. Este elenco fue organizado por

¹¹ HERAS, Andrés, periodista deportivo de Azogues, entrevista.

distinguidos personajes de la provincia, uno de ellos es Luis Pozo Tamariz, quien adquirió sus conocimientos luego de haber vivido varios años en Inglaterra.

Varios equipos de fútbol se crearon en el Cañar, como el Abdón Calderón, El Volante, Azogues SportingBoys, entre otros, de ahí que el fútbol de la provincia del Cañar cuenta en la actualidad con dos equipos grandes en la Federación Ecuatoriana de Fútbol. Vale recordar que el Deportivo Biblián y el Club Águilas de Cañar, equipos de fútbol, jamás ascendieron a la serie “B” del fútbol ecuatoriano, por eso no trascendieron en la provincia.

De los equipos de mayor trascendencia, el primero en crearse fue el Deportivo Municipal Cañar, del cantón de su mismo nombre, que fue fundado el 11 de marzo de 1987. Este cuadro permaneció cuatro años consecutivos en la serie “B”, entre el 2007 y el 2010, después de superar la etapa de ascenso.

Varios años después de creado el Deportivo Municipal Cañar, salió a la palestra pública el equipo de fútbol “guacamayo”, en el año 2005, quien representaría a la capital cañareña, de ahí su nombre, Deportivo Azogues, el mismo que tuvo su ascenso vertiginoso, al tener varios triunfos en tan poco tiempo.

A pesar de contar desde el año 1918 con un equipo de fútbol en la provincia, esta disciplina deportiva no había tenido una profesionalización, ya que los equipos cañaris no consiguieron ningún triunfo que permitiera trascender. Es así que el fútbol recién en el año 2005 y con la llegada del Azogues vivió la profesionalización, que ya se vivía en otras ciudades del país.

Fue tal la carrera positiva que tuvo el Azogues, con el apoyo que dieron sus dirigentes e hinchada, que estuvo a un punto de llegar a la Copa Libertadores de América en el año 2007, a sólo dos años de haberse creado. Todos estos logros permitieron que este equipo sobresalga en la provincia.

Vale recordar que el Deportivo Azogues todavía continúa en la serie “B”, mientras que el Municipal Cañar ya se encuentra algún tiempo sin poder regresar a esta categoría del fútbol ecuatoriano, de ahí el comentario de Rubén Hugo, quien asegura que una vez profesionalizó el deporte, sus competidores ya no ven a esta actividad como en antaño. El periodista asegura que tiempos atrás se vivía de una manera más entregada por parte de los deportistas, ya que se ponían cualquier uniforme y sudaban la camiseta con amor al equipo en el que se encontraban, “mientras que en la actualidad los jóvenes primero ven la calidad del uniforme, dejando a un

lado el cariño con el que se compite y tomando al deporte como algo frío, donde las emociones quedan para los hinchas en los graderíos.¹²

Con la nueva Ley del Deporte, en la provincia del Cañar se dio un giro de 180 grados al deporte cañarenses, porque en esta nueva legislación, se permite para que los infantes inicien su vida integrando al deporte, lo que permitirá que se dé una mejor alternativa tanto para los cañarenses, por integrar las filas de la selección, y para la provincia, que tendrá varios participantes y sobresaldrá en las diferentes competencias en las que se encuentren.

La hinchada es y fue la emoción y apoyo que tenían los deportistas en las diferentes competencias. Desde el inicio de la historia del deporte de la provincia del Cañar ya se contaba con afición desinteresado, quienes estaban alado de su equipo solo por el amor al deporte. Es así que en la ciudad de Azogues se destacó un hincha, Víctor Crespo, quien con su carisma y regia personalidad alentaba constantemente a los deportistas que se entregaban con más ganas por ver este estímulo desde los graderíos. La emoción que ponía Crespo para alentar a su equipo contagiaba a los demás aficionados, quienes de apoco se levantaban para hacer barra junto a este distinguido personaje.

¹² HUGO, Rubén, periodista deportivo de Azogues, entrevista.

Era tanta la fidelidad de los hinchas, que el momento de se realizaba algún cotejo en la ciudad de Cuenca, las barras viajaban en la popular volqueta llamada Aguas Verdes, del Municipio. Algo que se vivía en ese entonces, era el peligro que tenían los pasajeros de este medio de transporte, porque cuando ingresaban por la única entrada a la ciudad, que era por el sector de El Vecino de Cuenca, los morlacos les lanzaban piedras u otros objetos contundentes, con la intención de amedrentar a los hinchas, acción que jamás consiguieron, puesto que los cañarenses los repelían de inmediato.

1.3. Deportistas cañarenses destacados en último lustro

Los deportistas cañarenses que han triunfado o han sido un referente para el deporte de esta provincia, han sido quienes han alcanzado sus logros, tanto por el esfuerzo entregado todos los días en sus entrenamientos, cuanto en las competencias, donde han dejado en alto el nombre de la gloriosa provincia del Cañar.

La Federación Deportiva del Cañar, FDC, en los últimos años ha elaborado una lista, en la cual claramente podemos darnos cuenta en qué deportes esta provincia triunfa y deja en un sitial alto en las diferentes competencias nacionales. Pero, además de esta participación por la provincia, tenemos las competencias internacionales, donde cada competidor cañarenses integra las filas de la selección del Ecuador, por lo

que aún es más significativo el aporte y le contingente que brinda y respalda su preparación ya de manera profesional.

Las personas que practican los deportes actualmente lo hacen en un nivel de élite, lo que le obliga a todas las mañanas a levantarse más temprano que el resto y salir a entrenar, aparte de tener una dieta, o el tener que bajar de peso y crear masa muscular días antes de participar y representar a los colores de su bandera.

Para adentrarnos más en los deportistas connotados del último lustro, podemos decir que estos personajes son muy nombrados por los periodistas deportivos, no solo de la provincia del Cañar, sino de varios lugares del Ecuador, quienes los mencionan en sus programaciones diarias, por ser los mejores de esta provincia y porque han representado de manera leal a los colores de los equipos por los que compiten.

Existen ciertos deportes en la provincia del Cañar, que han sido practicados desde el inicio de la historia del deporte en Cañar, como los combates de salón, en los que se pueden encontrar al Judo, Karate Do, Tae Kwon Do, entre otros, no por eso se puede decir que en el Cañar no se practiquen los demás deportes, pero son pocos los deportistas que se mueven en esas disciplinas, por lo que no se logra buenos resultados en general para la provincia, ya que solamente dos o tres personas sobresalen en cada una de sus participaciones. A decir de Estuardo

Almache, jefe del Departamento Metodológico de la FDC, esto se debe a la constitución de los cañarenses, a la características humanas que cada deportista tiene, es por eso que los jóvenes integran desde tempranas edades las selecciones de judo, lucha, entre otros, que son de combate.

Este es uno de los secretos que tiene la FDC, de los cuales se ha valido para poder obtener los resultados en los medalleros de cualquier torneo. Es más, Almache asegura que ellos se han especializado en estas disciplinas, “porque sería ilógico que tratemos de competir con provincias que tienen muy bien desarrollados a sus competidores en otras ramas del deporte, como puede ser la natación, que es uno de los deportes donde prácticamente es nula la participación de nuestros comprovincianos”.¹³

En el caso del baloncesto, que es un deporte donde la altura de los jugadores es importante, esta provincia ha quedado desplazada, ya que la estatura promedio para competir en esta rama es de 1,80 metros, pero los cañarenses tienen una altura promedio de 1,65 metros, lo que complica su participación y desde el ingreso a la cancha, ya entran con desventajas.

Los objetivos que se ha planteado la FDC en cuanto al semillero de deportistas para que en un futuro se conviertan en los baluartes cañarenses, es la masificación del deporte en la provincia, es por eso que la institución rectora del deporte en el Cañar realiza los juegos, en donde

¹³ALMACHE, Estuardo, jefe del Departamento Metodológico de la FDC, entrevista.

participan los siete cantones con los que cuenta la provincia. En esta actividad, intervienen todos los deportes con los que se cuenta en cada una de las categorías. Almache asegura que en estos espacios los entrenadores y las autoridades de la FDC detectan las pequeñas estrellas y los jóvenes que estarían próximos a brindar mayor alegría a la provincia con su aptitud de triunfar en el deporte.¹⁴

Como parte del fogueo que adquieren los competidores, está la ayuda que brinda esta institución, para que los deportistas participen de torneos como los juegos nacionales de menores, los prejuveniles, juveniles y los senior. Asimismo, Almache asegura que con el fin de motivar a los deportistas para que se interesen en integrar las filas de las diferentes selecciones, lo que hace la FDC es trabajar en los aspectos como infraestructura, donde se brinda todas las comodidades para que los jóvenes puedan practicar las disciplinas que a ellos les atraen; otro aspecto, es la contratación de entrenadores de valía, quienes realmente se sientan comprometidos a entregar todos sus conocimientos a sus dirigidos, para que en base a esa preparación.

Una de las grandes ayudas es la tecnificación que se ha dado en el deporte del mundo, como son los equipos, máquinas y sobre todo la especialización de varios médicos, todo lo cual contribuye a manejar de manera más profesional y no tan empírica como se lo hacía en la década

¹⁴Idem

de los 60. En la actualidad la alimentación y el tipo de preparación física permiten que los deportistas sobresalgan con todas estas ayudas, además de la entrega decidida que cada uno pone en su afán de hacerse de la victoria.

Luego de haber dado una introducción sobre los logros y los mejores deportistas cañarenses, yo pienso que es hora de que se toque los famosos nombres que han dejado en un sitio muy alto a la provincia del Cañar.

En las diferentes disciplinas, destacan varios deportistas durante el último lustro en la provincia del Cañar, donde claramente se puede ver la cantidad de apoyo que tienen ciertas disciplinas, a comparación de otras, las cuales poseen pocos deportistas que sobresalen en la actividad que más les gusta practicar.

Lucha	Judo	Karate do	Atletismo	Escalada	Ajedrez
Milton Gualpa	Diana Maza	Jose Marin	Edwin Valencia	Bolívar Buri	Jonathan Leon
Aida Portilla	Juan Barahona	Stalyn Sarmiento	Lorena Ortiz	Cristian Reyes	

José Cuenca	Kléver Vázquez Marcelo Matute	Karina Caicedo	Marcos González	Santiago Quevedo	
	Ariel Illescas	Julio Amendaño	Lizet Calle	Marcelo Cárdenas	

Tabla 1: Deportistas según disciplinas que practican

Fuente: Federación Deportiva del Cañar

De acuerdo con los logros obtenidos por estos deportistas, los medios de comunicación en sus diferentes emisiones han publicado los nombres con las noticias sobre sus actuaciones.

Con esto se corroboraría a lo que se aborda en este subcapítulo, el cual ha sido muy interesante tratar, puesto que si bien en ciertos casos estas personas pasan desapercibidas, con este estudio realizado en el proyecto de tesis, se nota que no es tan simple el entrenar y participar en estas competencias, en las cuales los deportistas entregan todo de sí y luchan hasta el último campanazo, siempre con el afán de triunfar.

1.3.1. En una noticia publicada por diario el Mercurio en el 2007 hacen un reconocimiento al deportista de lucha olímpica de la Federación Deportiva del Cañar –FEDECAÑAR- Wilfrido Lema, quien alcanzó una

medalla de bronce en la categoría de 55Kg, en el marco de los Juegos Panamericanos que se desarrollan en Brasil.

Este deportista es múltiple campeón nacional en todas las categorías establecidas por la Federación de Lucha Amateur, por ende seleccionado nacional. Su desarrollo deportivo ha sido gradual, actualmente ha alcanzado todos los títulos nacionales, incluyendo el Senior.

Lema es considerado el líder del grupo de luchadores cañarenses, por su excelencia en el autocontrol y la seguridad en todos sus combates, se caracteriza por su fuerza al ejecutar acciones con altísima intensidad, aún en los estados más críticos.¹⁵

¹⁵MOSQUERA, José, periodista de diario El Mercurio, sección B, 30 de julio de 2007.

1.3.2. En radio Mundial destacaron la participación de Milton Gualpa, uno de los mejores luchadores que ha tenido la provincia del Cañar, al ser el nuevo campeón sudamericano de lucha olímpica en la categoría de 66 kilogramos, estilo greco.¹⁶

1.3.3. Radio Sucre dio a conocer la gran acogida que tuvo el Panamericano de Ajedrez, mismo que arrancó con la presencia de 68 ajedrecistas en las instalaciones del Centro Olímpico de Alto Rendimiento (COAR).

En el panamericano absoluto se inscribieron 41 tableristas, donde destacaron la presencia de la única dama, la peruana Deysi Cori, que actualmente es la única Gran Maestra Internacional femenina del Perú y la más joven de Sudamérica (17 años).

Entre los ecuatorianos que ganaron en la primera jornada constan: José Jarrín, Isaac León, Jorge Galls, Víctor Palacios, Jonathan León y Yasser Olvera.

En la categoría femenina U20, la ecuatoriana Abigail Romero ganó su primer punto al vencer a la boliviana Daniela Cordero. Mientras que Carla Heredia, ubicada séptima en el ranking del torneo, perdió ante su compatriota Danna Herrera (20°).

¹⁶ Radio Mundial

En esta categoría participan 27 ajedrecistas de países como Perú, Chile, Colombia, Brasil, México, Cuba, República Dominicana, Bolivia, Argentina, Guatemala y Aruba. (Radio Sucre)¹⁷

1.3.4. En Cañar TV se dio a conocer la participación del judoca Ariel Illescas, quien participó en el Campeonato Panamericano y Sudamericano Infantil de Judo en Argentina en la división de 58 kilogramos.

El deportista se ubicó en segundo lugar y por ende se adjudicó la presea de plata sudamericana, mientras que en el torneo panamericano se ubicó en tercer lugar, adueñándose de la medalla de bronce. (Cañar TV).¹⁸

Es así que los deportistas del Cañar son reconocidos a nivel nacional e incluso internacional, puesto que al igual que lo harán en los Juego Olímpicos Londres 2012, ya lo han hecho en reiteradas ocasiones.

De esta manera daría fin a mi presentación de los deportistas cañarenses destacados en último lustro. Pero esta situación no puede quedar hasta un simple aplauso y felicitaciones para estas personas que han entregado todo de sí para el beneficio de toda una provincia.

¹⁷ CABRERA, Pedro, periodista de Radio Sucre, 06 de junio de 2011

¹⁸ Noticia de Cañar TV, 01 de diciembre de 2011

Es por eso que Almache asegura que para los deportistas destacados, se cuenta con una beca que es otorgada por el Ministerio del Ambiente, la misma que es gestionada por la FDC, con el objetivo de brindar tranquilidad a estos deportistas, para que ellos tengan la tranquilidad de olvidarse de cualquier tema externo de su entrenamiento y se preparen de la manera más óptima.¹⁹

Otra manera también de incentivar a los amantes del deporte, es que cuando han alcanzado una preparación suficiente, pasan a ser parte ya no solamente de las filas de la selección de la provincia del Cañar, sino del cuerpo técnico de esta institución, para que preparen a los demás jóvenes que sueñan ser como ellos y poder brindar la misma alegría a su provincia.

1.4. Deportivo Azogues como referente del periodismo deportivo.

El Deportivo Azogues nació en la provincia del Cañar el miércoles 25 de mayo de 2005, de la mano de las autoridades cantonales, como el alcalde de ese entonces, Víctor Hugo Molina Encalada, quien encarnó el deseo de un grupo de azogueños, que querían formar un equipo de fútbol que los represente en el campeonato ecuatoriano de fútbol.

¹⁹ALMACHE, Estuardo, jefe del Departamento Metodológico de la FDC, entrevista.

El club nació como una necesidad que tuvo la ciudad por contar con un equipo profesional, tomando en cuenta que años atrás al 2005, se hablaba de que la provincia del Cañar tenía la representación en la Federación Ecuatoriana de Fútbol, FEF, lo que significaba un voto a través de la Asociación de Fútbol Profesional del Cañar, AFCA, y por comentarios de varios cañarenses, quienes decían que no era justo que se tenga un voto y no se pueda poner a un equipo que les simbolice.

Ante este pedido y con esas justificaciones, es que se inician los trámites para crear al equipo que ahora se lo conoce a nivel nacional e internacional. En una reunión que se mantuvo entre las personas que tuvieron la iniciativa de formar el equipo, se empezaron a barajar nombres, teniendo a la única autoridad en ese entonces, se designó a Víctor Hugo Molina Encalada como el presidente de la que sería la histórica directiva.

Los directivos se plantearon ingresar al torneo de segunda categoría que se realizaría dos meses después, por lo que era urgente finiquitar todos los trámites para que el equipo sea aprobado en la Federación Ecuatoriana de Fútbol, FEF. Varias fueron las personas que apoyaron este proyecto, entre ellos se encontraban periodistas deportivos como Marco Robles, quienes tenían un interés porque este equipo sea el que atañe el sentir de la ciudad y sea un referente como lo ha llegado a ser el Deportivo Azogues.

El nombre de este elenco de futbolistas nació por la predisposición de Molina de contar con un neto representante del balompié azogueño, ya que varias personas no sabían qué nombre ponerlo. Por esta razón, el alcalde de ese entonces les solucionó el problema y ahora lleva el nombre de su ciudad, al igual que los colores de su bandera y el guacamayo como ídolo simbólico. En el tema de la canción, artistas reconocidos por la ciudad y provincia aportaron para su creación, como fueron Néstor y Diego Saquicilí; obra que en la noche de la presentación del club fue reproducida y gustó a los asistentes, la misma que después se grabaría en las mentes de toda la ciudad y corazones de la hinchada, según narra Marco Robles en su libro “Nació para no morir jamás”.²⁰

Institucionalmente se arrancó de cero, ya que se debía conseguirse una sede para el club, personal que se encargue del área administrativa, publicidad, formación del equipo. Fue vital el aporte de todos los miembros del directorio. Una de estas primeras acciones para conseguir recursos fue la venta de adhesivos, camisetas y gorras en toda la ciudad.

En tal virtud inician los contactos publicitarios para financiar la participación en la Segunda Categoría. Como primer paso se consigue el primer apoyo de Compañía Industrias Guapán; asimismo se busca la aplicación de un plan de marketing y publicidad, donde se trataba de

²⁰ ROBLES, Marco, Nació para no morir jamás, Gráficas Hernández, primera edición, 2006, pág. 52.

captar auspicios de otras empresas locales, regionales y nacionales. Pero sobretodo la captación de socios fue vital al inicio.

Uno de los temas más preocupantes que tenía este club era el presupuesto, para lo cual fue necesario crear una comisión, la cual llegó al acuerdo de que los ingresos que tendría el Azogues provendrían de las aportaciones de los socios y de la publicidad que se venda con el club. Siendo así y con algo de fundamentos sobre lo que iba a tener las arcas del equipo, se planteó un presupuesto mensual de veinte mil dólares y por temporada ochenta mil dólares, con un buen futuro, ya que se pensaba que podría llegar a bordear los 120.000 dólares, a tan solo seis meses. Fue vital el aporte de todos los miembros del directorio, como fue el conseguir recursos con la venta de adhesivos, camisetas y gorras en toda la ciudad.

Si bien se quería obtener un buen director técnico para el equipo guacamayo, no se sabía quién podría llegar a Azogues a dirigir al recién creado equipo de fútbol. Fue para el 20 de mayo del 2005, cuando en el Restaurante La Cascada, se reunieron directivos y decidieron contratar a Janio Pinto, originario de Brasil, técnico que posteriormente elegiría a los jugadores que pasaron las pruebas físicas, quienes tenían la aspiración de triunfar en este elenco, los mismos que haría que ese equipo cambie la historia del fútbol cañareense.

Siete canciones tiene el Azogues, las que fueron y son coreadas por los hinchas que hasta el momento apoyan con muchas ganas y bríos al equipo guacamayo, así también un spot publicitario se realizó cuando recién inició el equipo, por lo que Janio Pinto fue la persona idónea y encargada de ser el protagonista del mismo, para dar aliento y confianza en los hinchas y para que toda la ciudad se sume a este proyecto.

La primera selección con la que contó el Deportivo Azogues se trató de: Eder Moreira Cedeño, Luis Montaña, José Luis Rentería Olmedo, Wellington Nazareno Arroyo, Carlos Castillo, Carlos Porozo, Armando Angulo, Juan Sánchez, Wilson Pérez, Jorge Castillo, Derrnis Cañizares, Stalin Bolaños, Vladimir Montaña Díaz, Fabricio Corozo, Luis Alberto Caicedo Mina, Daniel Mina; los azogueños: Juan Carlos Macías Cárdenas (que se incorporarían en la tercera semana de junio), Johnny Gallegos Parra, Richard Matute Cárdenas y Luis Urgilés.

El primer partido amistoso o “picadito” como lo conocían, se dio en la ciudad de Cuenca, en la cancha de la Universidad Politécnica Salesiana, donde era la sede del Tecniclub, equipo que tenía trayectoria en la segunda categoría. Una de las consignas que se había plateado Pinto, era de no perder ni un solo partido, así sea amistoso, es por eso que regresaron de la capital azuaya con la victoria de 0 a 1, lo que brindó una ilusión en sus aficionados, que desde el primer partido ya les

acompañaban para darles ánimo y siempre obtener los tres puntos de la victoria.

Obtenida esta victoria, el Azogues estaba listo para debutar en el fútbol ecuatoriano. Es por eso que el 30 de junio en el Hotel Paraíso, la directiva, el cuerpo técnico y jugadores, así como miembros de la FEF se dieron cita para la presentación del club azogueño, el cual iba a ser el referente de la ciudad y de provincia.

Luego de realizar la inscripción en la Federación Ecuatoriana de Fútbol y siendo aprobados los jugadores inscritos, los mismos quedaron habilitados para jugar el torneo de ascenso del Campeonato Ecuatoriano de Fútbol Pilsener.

Víctor Hugo Molina, presidente del club, brindó un discurso, donde dijo la frase que se recuerda por todos los azogueños, “Hoy nace el Deportivo Azogues para no morir jamás”²¹. En el mismo evento también se dio paso a unas palabras del capitán del equipo, Vladimir Montaña Díaz, quien dijo lo siguiente: “En nosotros van a encontrar trabajo, sacrificio y sacar adelante, de todo corazón digo que estamos muy contentos y vamos a demostrar en la cancha”.²²

²¹ MOLINA, Víctor Hugo, presidente del club Deportivo Azogues, entrevista.

²² MONTAÑO DÍAZ, Vladimir, capitán del club Deportivo Azogues, entrevista

Y es así que llegó el primer encuentro oficial del Deportivo Azogues en el torneo de la Segunda Categoría, el sábado 9 de julio de 2005, donde todos los ánimos además de eufóricos, se encontraban expectantes por lo que iba a suceder. Este cotejo se lo disputó en el estadio Jorge Andrade Cantos, donde los hinchas guacamayos reventaron las taquillas, ya que querían ver todo el trabajo de los directivos y pioneros del primer equipo de la ciudad que incursionaba en el fútbol ecuatoriano.

Seguido de esta participación, la cual ganó con un contundente 7x0 contra el Deportivo Biblián, vinieron los demás cotejos, los cuales no tuvieron resultados muy diferentes, puesto que la oncena que jugaba de titular siempre regalaba goleadas a sus hinchas, quienes no les dejaban solos, puesto que los acompañaban a todos los escenarios deportivos donde tenían que enfrentar a sus rivales.

Como estadísticas de los cotejos en los que participó el Azogues en la Segunda Categoría, todos los resultados fueron positivos, menos uno, que fue la pérdida en su visita contra el Imbabura F.C. con un marcador de 1x0. es así que los datos del que se hizo acreedor el equipo guacamayo fue la siguiente:

P. J.	P. G.	P. E.	P. P.	G. F.	G. C.	G. D.
24	18	5	1	55	12	+43

Tabla 2: Tabla de posiciones

Como podemos notar, fue una muy buena participación, una delantera que goleaba y que daba esperanzas con estos resultados que se iba a triunfar en los siguientes cotejos de la serie “B” o de privilegio, como la conocen. Asimismo todos los azogueños se hacían sueños de llegar a la serie “A” del fútbol ecuatoriano y conseguir grandes triunfos como los que ha tenido el Barcelona de Guayaquil, entre otros equipos y por qué no llegar a la Copa Libertadores de América y así crear una gran historia de la cual sus hinchas estén orgullosos.

En el mismo año que nació el Azogues, quedó campeón de la segunda categoría, haciéndose acreedor al pase directo para la serie “B” del fútbol ecuatoriano.

Para el segundo año de participación de este quipo, tiempo en el que ya era visto por algunos azogueños como un buen representante de la ciudad y la provincia, volvió a quedar campeón en esta serie, lo que le catapultó a la serie “A”, donde se enfrentaría a equipos de renombre nacionales e inclusive internacionales, como era Barcelona y Emelec, quienes tenían buena hinchada en todo el país, situación que fue algo positivo para la dirigencia del equipo azogueño, puesto que con esas taquillas pudieron mantener el presupuesto, lo que en fútbol ecuatoriano ya es difícil.

Por tal motivo, uno de los inconvenientes que se presentó en estas instancias para el Azogues, fue el contar con un escenario deportivo como el Estadio Federativo de Azogues, con capacidad de aproximadamente 4.000 personas, por lo que uno de los requerimientos que solicitaba la FEF era que se amplié o se busque uno más grande. Al ser imposible ampliarlo, se tomó en cuenta el Estadio Municipal Jorge Andrade Cantos, el mismo que se encontraba en completo abandono y avanzado deterioro, podría servirlo y así brindar las garantías necesarias que pedía la federación. Este escenario tenía una capacidad para diez mil espectadores (con posibilidad de expansión) y fue reinaugurado el 20 de agosto de 2006, fecha en la que se dio lugar a un partido amistoso, donde los dos elencos más grandes del país se iban a enfrentar en el Andrade Cantos, Barcelona contra Liga de Quito.

En el torneo de la serie “B”, de la misma manera de lo que hizo en la Segunda Categoría, obtuvo buenos resultados, lo que le permitió que sea el campeón de este torneo, por lo que ascendió a la serie “A” del fútbol ecuatoriano.

Para este torneo ya se tuvo que pensar en mayor inversión económica, lo que asusta a varios equipos pequeños, quienes prefieren quedarse en la Segunda Categoría, para no quedarse cortos de presupuesto y tener que dar un mal espectáculo, que es la realidad del fútbol en el Ecuador.

En tal virtud se contó con varias contrataciones, entre ellas la de cuatro jugadores extranjeros; así como futbolistas nacionales con trayectoria, como Eder Vaca, Robin Pico, Javier Chila, entre otros, quienes formaron un equipo sólido, que le permitió forjarse y apuntar a las metas que posteriormente consiguió.

Luego del tiempo de descanso el equipo regresó a su actividad profesional, siendo el 4 de febrero de 2006, en un partido amistoso con la plantilla titular de la selección de fútbol del Ecuador con su categoría sub 17, donde se presentó oficialmente la plantilla para la serie “B”. El escenario deportivo fue el estadio de la Federación Deportiva del Cañar. Mientras que el partido oficial donde debutó el Azogues en la serie “B”, se dio el 12 de febrero de 2006; en este encuentro le tocó enfrentarse a la Liga Deportiva Universitaria de Portoviejo, encuentro donde los puntos se dividieron para los dos equipos, ya que el partido finalizó con un marcador de un tanto por bando. Este encuentro se disputó en el Estadio Federativo, con una presencia impresionante de público, donde este escenario deportivo quedó reamente corto.

Luego de transcurridos todos los partidos fútbol que tenía que atravesar el Azogues, según lo dictaminó el calendario de la FEF, llegó el sábado 3 de junio de 2006, donde los guacamayos lograron la histórica clasificación de visitantes, con el mismo equipo que iniciar el torneo, al vencer a la Liga Portoviejo con un marcador de 2x3.

Ahora llegaba la hora de la verdad, el sueño se estaba cumpliendo y todos los azogueños y cañarenses veían muy cerca lo que el 30 de abril del 2005 se había planteado por un grupo de personas que querían ayudar a que la ciudad tenga un referente futbolístico.

Se había ganado el torneo de la serie “B”, ahora venía realmente un reto de esfuerzo y dedicación más profunda por parte de los jugadores, equipo técnico y dirigentes, para brindar mayor alegría de la que ya les han dado durante los dos torneos.

Es por eso que se presentaron dificultades, las cuales fueron superadas por estas características y cualidades que impusieron los involucrados en sacar adelante a este equipo. Uno de los problemas era que no se contaba con un escenario deportivo adecuado para la categoría que se les venía; por tal motivo meses atrás había arrancado la reconstrucción del estadio municipal, dejando pocos meses para conseguir esta obra maratónica, porque la reconstrucción se trataba de la cancha, preferencia, tribuna, camerinos, entre otros, es decir, todo el estadio.

Otra dificultad que se presentó en el Deportivo Azogues, fue que el ascenso se dio a mitad del año, por lo que el presupuesto tenía que elevarse, pero era difícil porque las empresas no podían manejar cambios de presupuesto o un ajuste para poder auspiciar con mayor cantidad de

dinero a este equipo. Es por eso que una venta importante fue la venta de los derechos de televisión a Teleamazonas, así como el aporte de la hinchada, pero no solamente del país, sino también en los Estados Unidos.

En esta etapa se consiguió contrataciones importantes como la de José Francisco Cevallos, Martín Mandra, Franklin Corozo, y de jugadores que no tenían mayor trayectoria pero que con su juego en el Azogues lograron renombre Jimmy Brand, William Araujo, Cristián Suárez, con quienes se lograría una clasificación a la ligilla final del torneo, dejando al lado cuadros de enorme trayectoria institucional y futbolística como Barcelona, Emelec, Macará, por lo que se obtuvo un cuarto lugar en el torneo.

Para el 2007, el presupuesto del equipo llegó a un millón 600 mil dólares, una vez que el escenario deportivo que se quería recuperar para que pueda jugar el equipo de la ciudad en la serie “A”, se tenía que viajar hasta la ciudad de Cuenca, para solicitar a la Federación Deportiva del Azuay que se les alquile el Estadio Municipal Alejandro Serrano Aguilar.

Terminada la adecuación en el Andrade Cantos, fue en el mes de agosto de 2007 cuando se jugó el primer partido de local en Azogues en la Serie A, frente al Barcelona de Guayaquil, un equipo que es muy seguido por parte de los cañarenses, a pesar de estar cerca de la capital azuaya y contar con el Club Deportivo Cuenca. Como era de imaginarse, el estadio

municipal de Azogues estuvo a reventar, no quedó ni un espacio vacío en este escenario deportivo, todos estos ingredientes permitieron que se viva mucha adrenalina y emociones en los graderíos, así como en el gramado.

Al haber obtenido a buenos jugadores, quienes por su trabajo con el Deportivo Azogues, fueron revalorados y otros saltaron a la palestra futbolista, fueron fichados por grandes equipos, como Barcelona, Emelec, Macará, Liga de Quito, entre otros. Lo que provocó la salida mayoritaria de los jugadores, quienes recibieron mejores ofertas económicas. Este hecho produjo un desequilibrio en la plantilla es por eso que en el marco del presupuesto institucional se contrató un técnico nacional como Carlos Torres Garcés y jugadores como Jacinto Espinosa, Orlando Ayoví y Gabriel Achilier.

Los resultados obtenidos en el segundo año en la serie “A” no fueron favorables, por lo que se tuvo que hacer un cambio en la cabeza del cuerpo técnico. Janio Pinto fue reemplazado por el profesor Carlos Sevilla, con quien se logró un histórico triunfo, el cual se consiguió en Machala, tras vencer al Barcelona, que en ese momento se encontraba puntero de la tabla de posiciones del campeonato ecuatoriano, el marcador quedó 0x2.

Después de este resultado y al visitar al equipo capitalino, Liga de Quito, en su escenario Casa Blanca, donde se consiguió el empate, y, luego de

ganar y empatar con El Nacional en Azogues como local, se logró salvar la categoría.

En el año 2008, no se pudo más con el presupuesto y al haber tenido el problema de la salida de la gran mayoría de la plantilla, impidió que continúe con la buena racha que inició en la serie “A”, por lo que regresó a la serie “B”, donde actualmente se encuentra jugando. En varias ocasiones ha estado a punto de descender a la segunda categoría, lo que ha desmotivado a sus hinchas, pero en cuando inicia la nueva temporada, todos llegan al Jorge Andrade Cantos a apoyar al equipo guacamayo.

Como resumen de la carrera del cuadro guacamayo, podríamos decir que la segunda categoría jugó en el año 2005; para la serie B participó en el año 2006; en la serie A se mantuvo dos años; pero luego descendió a la serie B y desde el 2008 se ha mantenido hasta el momento en esta categoría.

Como datos históricos que se manejan del Deportivo Azogues, tenemos que la mayor goleada conseguida en los campeonatos nacionales fue el 3 de mayo de 2008 contra el Técnico Universitario, donde ganaron 5 a 0. El máximo goleador del club fue José Vicente Moreno con 84 goles oficiales. El mejor puesto en la liga fue el número 1 en la serie B en el año 2006; mientras que el peor puesto fue el número 12 en el año 2008. El primer

partido en campeonatos nacionales se desarrolló en el estadio Olímpico Atahualpa el 7 de julio de 2006 cuando visitó a El Nacional.

Dos periodistas deportivos que son íconos en la provincia del Cañar, por el trabajo que han realizado durante toda su profesión, como son Marco Robles y Rubén Hugo, aseguran que el equipo azogueño ha sido un gran referente para el Cañar, por lo que se sienten orgullosos por la historia que tiene el club.

Asimismo Rubén Hugo indica que “un equipo como el Azogues no se va a repetir en todo el mundo”, por la vertiginosa carrera que tuvo, al lograr tantas glorias en tan poco tiempo, no se ha registrado en el país, acotó el periodista. De la misma manera, Marco Robles cree que “el Azogues nació para no morir”²³

²³ HUGO, Rubén, periodista deportivo de Azogues, entrevista.

Capítulo 2

2. Manual Periodístico

2.1. Estilo periodístico

El estilo periodístico es algo fundamental, y lo más importante de la redacción de una noticia o información, es lo que atrae al espectador que se sienta a leer el trabajo del periodista o simplemente da la vuelta la página y continúa en búsqueda de algo que le interese o llene las expectativas de su conocimiento.

Tal como lo dice Concha Edo Bolós “El lenguaje periodístico conduce a un estilo literario singular que se plasma en diferentes géneros y sub géneros relacionados entre sí y de fácil clasificación. Y que se elaboran para ser atractivos y accesibles para el mayor número posible de personas o para satisfacer a un sector especializado y restringido de la audiencia que busca una información concreta, por la que experimenta un singular interés”²⁴.

De esta manera podemos decir que existen tres maneras que sobresalen de otras varias, las cuales nos permiten dar a nuestro trabajo y al lector

²⁴EDO BOLÓS, Concha, Periodismo informativo e interpretativo, segunda edición, Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2009, Sevilla-España, 181 pág.

una información certera y que contenga todas las características del periodismo, como son: concisión, claridad y una construcción que cautive a nuestro lector.

También podríamos decir que el estilo periodístico es el uso y manejo del lenguaje, con lo que podemos construir una realidad. De ahí que no existe una definición exacta de este concepto, ya que como existen periodistas, nacen estilos, porque cada profesional improvisa y da a su lector lo que él cree que es correcto, para que se haga fiel a sus trabajos. Es por eso que lo único que debemos tener claro es que debemos dar nuestro toque personal, conservando los formatos de redacción y sin atentar al respeto de cada persona, por más que la intención que tengamos es tenerlo enganchado a nuestro producto.

Si bien nosotros no nos podemos llamar el cuarto poder de un Estado, si debemos tener muy claro que nuestra palabra juega un papel fundamental en nuestra tarea como comunicadores. Por ello que nuestro trabajo necesita de un esfuerzo expresivo para encontrar las frases correctas o las palabras más correcta en cada una de las redacciones que creemos.

Es decir, este subcapítulo trata sobre la manera correcta de escribir las noticias; su estructura y demás elementos con los que debe contar este género periodístico. También debe servir para que la noticia sea

perfectamente comprensible para cualquiera en una primera lectura, es lo que recomiendan las personas especializadas en tratar estos temas.

Es por eso que aquí nos enseña sobre las seis preguntas básicas que se debe integrar a una noticia, como es la importancia que debe tener, la proximidad, la cercanía, la inmediatez, el lugar, todo lo concerniente para que el lector pueda entender y de esa manera llegar a todas las personas que les puede interesar el tema que tratemos.

En este subcapítulo también se analizará los diferentes puntos, tales como el reportaje, la entrevista, el testimonio, la entrevista informativa, los cuales nos permiten expresar de mejor manera a nuestros lectores, ya que existen diferentes tipos de usuarios de nuestro trabajo, por lo que debemos ver el público al que se apunta, para de esa manera identificar el estilo periodístico que también vamos a utilizar.

No es lo mismo escribir una noticia que un relato literario, una poesía, una canción o el diálogo de un cómic, ya que cada género presenta sus diferencias y una de ellas es el tipo de lenguaje utilizado.

En el tema de la entrevista se ahonda las de personalidad y científica, las cuales son muy diferentes, y por ende tienen una manera diferente de entrevistar.

El comentario es uno de los temas en los que profundiza este capítulo, el mismo que nos indica cómo comentan desde las personas más sencillas, hasta las personas dedicadas a esta profesión. De igual manera, nos da a conocer las condiciones, cualidad y requisitos del comentarista, como son: agudeza crítica, personalidad, cultura, impasibilidad, ponderación, independencia, magisterio.

El ensayo en la comunicación, es otro punto que abarca este subcapítulo, que al igual que todos los puntos tratados en esta investigación nos da a conocer desde lo básico hasta lo más complejo de su estructura, con lo cual podremos redactar de mejor manera nuestros textos.

Dentro de este contexto, se dice por parte de varios profesionales, que el estilo periodístico se pule con mucho trabajo y con un conocimiento profundo del lenguaje; de la gramática, de la ortografía, de la sintaxis y del léxico. También se asegura y se recomienda por parte de un documento publicado en la página web de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, que “si quieres ser periodista debes saber que las noticias se escriben utilizando un lenguaje que presenta características propias. Un lenguaje que se conoce como lenguaje periodístico o lenguaje informativo”²⁵.

²⁵http://www.ccsa.org.pe/comunicaciones/docs/Libros-de-comunicacion/REDACCION_PERIODISTICA.pdf

Tal vez en este momento podría servir una comparación, que el poeta lo que pretende es deleitar con la belleza de sus palabras al público que va dirigido sus obras, con lo que podría tener la capacidad de sugerir significados diferentes, mientras que los periodistas utilizan el lenguaje para explicar el acontecimiento de la forma más precisa y clara posible.

¿Qué es lo que sucedería si el lector para comprender una noticia del periódico tuviera que releerla varias veces y pensar durante varios minutos en lo que quería decir el periodista? Pues eso lo llevaría a un solo acto, tirar ese periódico a la basura y dejaría de comprarlo, posiblemente por mucho tiempo.

Ante esta realidad, el lenguaje periodístico es funcional, lo único que busca es informar, por eso siempre se indica que debe ser claro, conciso, preciso, fluido, sencillo, ágil y fácilmente comprensible para el lector; asimismo, tiene que ser económico, por lo que se recomienda que se debe ser lo más apegado a la realidad con el número de palabras justas, ni más ni menos y todo ello lo tiene que hacer en poco tiempo; el periodista necesita escribir rápido.

Para complementar la información de este subcapítulo, tomamos los conceptos concretos de varios textos, uno de ellos, fue el que encontramos en la página web <http://es.scribd.com/>, donde indica que “el estilo es el sentido vital, la personalidad transferida al desarrollo oral o escrito del

tema. En tanto que la redacción y la gramática son instrumentos que sirven para lograr la mejor manera de expresar una idea, el estilo indica el modo -personal e intransferible- de hacerlo”²⁶.

El estilo obliga al periodista a darse una respuesta previa a cada una de estas preguntas:

- ¿Qué se expresa?
- ¿Cómo se expresa?
- ¿Para qué se expresa?
- ¿A quién se expresa?

Estas respuestas nos llevarán a la delimitación de dos situaciones:

- El canal mediante el cual se transmitirá la información y,
- El medio al cual se transmite la información: si es individual o colectivo, rico o pobre, intelectual o poco instruido.

Los periodistas no deben fantasear y decir cosas que no son la pura realidad, si como utilizar metáforas, las cuales serán difíciles de entender por las personas que consumen noticias, que en su gran mayoría son seres comunes y corrientes y no científicos, es por eso que reiteramos que para que la redacción sea todo un éxito, debe ser muy fácil de entender,

²⁶ SÁNCHEZ LIZARRALDE, Ramón, Vasos comunicantes revista de ACE traductores, revista número 17, 88 págs.

esto no quiere decir que el solo hecho de utilizar un léxico coloquial agrade a los lectores; pero tampoco nos podemos expresar de forma literaria.

Es así que los periodistas deben ser conocedores del lenguaje, es decir: gramática, ortografía, sintaxis y léxico, de ahí la necesidad que los comunicadores sean preparados y no empíricos.

Como ejemplos, podemos tomar en cuenta lo que nos dice la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, en cuanto a ejemplos de cómo podríamos escribir de manera correcta y tener un buen estilo periodístico.

No sirve: "unas cuantas personas abuchearon al director"; está mucho mejor: "cerca de 50 personas abuchearon al director". Es preferible utilizar los verbos en voz activa y en tiempo presente. El pasado simple y el pretérito perfecto son también empleados con frecuencia; sin embargo, los subjuntivos son utilizados en muy pocas ocasiones. Debemos cuidar las concordancias de género y número entre el sujeto y el verbo. Siempre que citemos una declaración de forma textual esta debe ir entre comillas: El presidente dijo "No bajaremos los impuestos..."

Es aconsejable evitar y erradicar completamente toda ambigüedad, porque puede provocar distintas interpretaciones en los lectores. Esto permitirá redactar una noticia imparcial, sin herir susceptibilidades y no dar espacio para que las opiniones personales salgan a flote y perjudiquen el trabajo

que uno realiza. Asimismo, se indica que el momento que se utilice adjetivos, estos siempre tendrán que ser descriptivos; con esto además de darle una elegancia en el texto, se cumple con todas las reglas periodísticas a las que se debe someter para ser buenos profesionales.

En el tema de los extranjerismos o tecnicismos en la noticia, no es recomendable que los periodistas los utilicen, ya que no va a ser comprensible para todas las personas. De darse el caso de realmente necesitar un extranjerismo que se haya apegado a la lengua natal de cualquier país, esto se lo deberá hacer en cursiva.

Una división que realiza Sergio Zamora en su página web, indica los subgéneros de la información periodística, que forman parte también del estilo periodístico que debemos utilizar en los diferentes trabajos que queramos redactar.²⁷

Zamora indica que “es por eso que nos dice que la rama periodística tiene los siguientes géneros o tipos de notas informativas: Columna, Gacetilla, Desplegado, Nota corta, Epigrama, Epistolar, Artículo de fondo o editorial, Reseña, Crónica, Entrevista, Reportaje y Noticioso.

De acuerdo con la teoría de Zamora, los estilos de periodismo son:

²⁷ ZAMORA, Sergio, Guadalajara, Jalisco, México 1999, <http://www.elcastellano.org/castesp.html>

2.1.1. NOTICIOSO: Que trata de comunicar una noticia. Es una información sujeta a un campo de interés, a un tiempo de vigencia y en un espacio territorial determinado. Se refiere a un hecho o un conjunto de hechos relacionados entre sí, para su publicación inmediata.

2.1.2. REPORTAJE: Es la relación de hechos no sujetos a un tiempo determinado e inmediato, sino histórico. Su importancia social reside en el grado de interés que pueda despertar su publicación. Agota generalmente un tema y es demostrativo e intencionado en su finalidad, pero sujeto, como la noticia, a lo comprobado por el reportero, aunque profundiza y extiende el asunto tratado más allá de la noticia misma.

2.1.3. ENTREVISTA: La entrevista es la comunicación directa entre el reportero y el entrevistado, casi siempre una persona que intervino directamente como testigo o como autor de un fenómeno social o físico que se busca informar. La entrevista profundiza en las motivaciones individuales y en las intenciones del declarante, para dar al lector una certeza informativa.

2.1.4. CRÓNICA: La crónica es la versión del reportero de una relación de hechos históricos, sujetos al tiempo en que suceden. La visión del acontecimiento es exclusivamente del reportero que juzga y describe los hechos. Por su importancia e interés dentro de la multiplicidad de

acontecimientos, las crónicas son casi de uso exclusivo en asuntos parlamentarios y deportivos.

2.1.5. RESEÑA: La reseña, a semejanza de la crónica, describe la relación de hechos históricos, sujetos al tiempo en que suceden, pero sin la intervención subjetiva del reportero que los juzga. Es simplemente una relación, una descripción. No cabe en este género la calificación de los hechos, ni la anécdota que le da intención, profundidad y variedad.

2.1.6. ARTÍCULO DE FONDO O EDITORIAL: En ambos casos, la posición en la narración de hechos es personal, subjetiva; en un caso expresa la posición del autor -con su propia visión del mundo y de la vida- y en el otro, el de la casa editorial, la posición política o filosófica de los editores o del editor. Aunque su extensión es libre -la necesaria para cumplir su propósito-, en la práctica se limita a determinadas medidas, con el propósito de hacer un periodismo ágil.

2.1.7. EPISTOLAR: Este subgénero comprende, por su mismo nombre, las cartas. Desde sus inicios, el periodismo ha admitido la comunicación del autor de la carta -un autor interesado o un lector que aclara o pregunta o se queja- con el resto del público. Cuando el editor no ha adoptado una política al respecto, simplemente incluye, en la sección correspondiente, la carta o una versión de ella, según la importancia del texto.

2.1.8. EPIGRAMA: Es la expresión personal del autor, regularmente en verso, corta y crítica, sobre un asunto de actualidad.

2.1.9. NOTA CORTA: La nota corta, de mucha utilidad en la formación de las planas, es la mínima expresión noticiosa de un asunto. Su extensión -conteniendo los factores esenciales de una noticia-, no va más allá de 3/4 de cuartilla.

2.1.10. DESPLEGADO: Es la publicidad en forma escrita que incluye un periódico en sus planas. Normalmente sirve como marco ideal de manifiestos públicos, cartas abiertas, edictos, telegramas urgentes y otras denominaciones, que expresan la necesidad de usar el espacio de un periódico para una difusión más amplia de lo que interesa al autor o a un grupo de ellos. Su diferencia con otras formas de información es su presentación como ANUNCIO.

2.1.11. GACETILLA: La gacetilla es una información común que se incluye en la edición debido al interés del autor, pero su presentación no es como anuncio sino como información. Son asuntos que no incluye el periódico en su información usual.

2.1.12. COLUMNA: La columna es, ante todo, un espacio reservado a un autor unidos por un tema o dentro de un tipo de información o a una serie de autores, bajo una denominación común, en la que exponen

una serie de hechos especializada, política, turística, agrícola, etc., de no muy amplia extensión. Su posición en la edición es, comúnmente, fija.²⁸

2.2. Fotografía periodística

“El fotógrafo de prensa es sobre todas las cosas un informador y un productor de imágenes memorables”, han escrito Galo Khalfine y François Laso, en su libro *La Mirada, Fotografías Periodísticas del Ecuador y la Memoria*²⁹. Se citarán varias de las frases de esta obra, por compartir sus ideas, pues, no se puede olvidar que la labor del reportero gráfico es comprometida y responsable, hasta el punto de contar historias reales a través de las imágenes.

El auge del retrato frente a la competencia de la televisión hace cada vez más imprescindible y exigente la labor fotográfica y visual de los medios de comunicación impresos, de allí que se consideran factores como: Orígenes y evolución del fotoperiodismo, la influencia de la televisión en el fotoperiodismo, el color y las nuevas tecnologías de transmisión y la imagen digital, su manipulación, el control mediático.

²⁸ ZAMORA, Sergio, Guadalajara, Jalisco, México 1999, <http://www.elcastellano.org/castesp.html>

²⁹ KHALIFE, Galo y LASO, François, *La Mirada y la memoria*, Imprenta Mariscal, Quito 2006, Pág. 10

2.2.1. Definiciones básicas del fotoperiodismo

En el diccionario de la Real Academia de la Lengua se define:

- **Fotógrafo:** Persona que hace fotografías. Persona que tiene por oficio hacer fotografías
- **Periodista:** Persona legalmente autorizada para ejercer el periodismo. Persona profesionalmente dedicada en un periódico o medio audiovisual a tareas literarias o gráficas de información o de creación de opinión.
- **Periodismo:** Captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades.

En el diccionario General del Periodismo de J. Martínez de Sousa:

- **Fotógrafo:** Persona que ejerce la fotografía especialmente como profesión. Reportero gráfico.
- **Fotoperiodista:** (De fotógrafo y periodista) fotógrafo de prensa.
- **Fotografía periodística:** Fotografía que reúne las características necesarias para ser publicada de manera periódica como complemento de una información.

Entre la información gráfica de actualidad y la fotografía de uso informativo.

E. Rodríguez Merchán, firma lo siguiente:

Fotoperiodismo: La notificación de acontecimientos reales, interpretados visualmente por un fotógrafo y orientados por unos criterios de contingencia, mediatizados por varios procesos codificadores (fotógrafo, informativo y de impresión fotomecánica) y que produce un mensaje visual que es interpretado por el receptor según su competencia icónica y su conocimiento del contexto.³⁰

Manuel Alonso Erausquín da a conocer lo siguiente:

- **Información gráfica de actualidad:** La definida por Rodríguez Merchán como fotoperiodismo, ya que es una actividad comunicativa en la que intervienen un emisor, conformados por el periodista y el medio, y un receptor que accede observar la realidad que le presentan, bajo la forma de imagen fotográfica.
- **Fotografía de uso informativo:** La utilización de documentos fotográficos comunes, de procedencia heterogénea y desligado del acontecer inmediato, a los que no se puede desligar del fotoperiodismo.³¹

³⁰ RODRÍGUEZ MERCHÁN, Eduardo, la realidad fragmentada sobre la realidad fotoperiodística, 1993.

³¹ ALONSO ERAUSQUIN, Manuel, Fotoperiodismo: formas y códigos, Madrid 1995, 224 pág.

En la entrevista al periodista Rubén Darío Restrepo para el libro *Fotografías periodísticas del Ecuador y la memoria*, señala: “Si nos remitimos a la fotografía que informa y que cautiva, debemos parafrasear a uno de los maestros del siglo XX, Cartier Bresson: A fin de cuentas, la foto en sí misma no me interesa en lo absoluto. Lo único que quiero es retener la realidad, una fracción de segundo. Para Bresson es importante la idea de que la fotografía está en condiciones de producir una imagen fiel de la realidad. Pero el tema de la realidad, de la verdad, de la objetividad y el valor del periodismo, no son absolutos sino que dependen de la complejidad del contexto físico y sociocultural, por esto el producto tiene que ser lo suficientemente poderoso, tanto que el destinatario comprenda la relatividad del mensaje que está recibiendo”³²

La fotografía llegó a los periódicos cuando ya existía el periodista, la denominación que se le ha dado al periodista de imágenes es de fotoperiodista o fotógrafo de prensa, estos términos fueron evolucionando conforme la importancia de la fotografía en los medios impresos, que cada vez va en ascenso.

³²Idem.

2.2.2. La fotografía deportiva

La fotografía deportiva es, con toda probabilidad, una disciplina que tarde o temprano acaba captando la gran mayoría de fotógrafos, independientemente de su nivel.

La fotografía deportiva tiene sus particularidades, como todas las disciplinas; algunas buenas y otras malas. La buena noticia es que un acontecimiento deportivo tiene -generalmente- una duración suficiente para hacer nuestras pruebas. En otras palabras, contaremos con más de un minuto para buscar y encontrar la foto perfecta. La mala noticia es que los momentos más fotogénicos se producen en cuestión de décimas de segundo y si no acertamos, no hay segunda oportunidad.

Ulises Castellanos expresa que: “La fotografía deportiva exige una especialización, es quizá, uno de los géneros más complejos. El fotógrafo debe conocer las reglas y los vericuetos del deporte o del juego en cuestión, lo cual le permite anticipar un momento fotográfico y prepararse para captarlo. Este género obliga a la velocidad y a la capacidad.”³³

³³ CASTELLANOS, Ulises, Manual de Fotoperiodismo: Retos y Soluciones, Universidad Iberoamericana, 2004, Pág. 133

Es importante destacar que si una foto no llama la atención, en pocas ocasiones se lee la nota, salvo que sea trascendental y con un buen titular.

2.2.3. Fotografiar deportes

La fotografía de deportes se mueve a gran velocidad. Las fases más importantes del deporte se pretenden fotografiar, ayuda a prever el desarrollo de la acción y a efectuar el disparo en el momento ideal y justo, junto con la espontaneidad del fotógrafo y el equipo necesario para capturar la dinámica y congelar el momento crítico en cualquier deporte.

Las fotografías deportivas, por lo general, son imágenes en movimiento, por tanto, se debe aprovechar los mejores momentos de la acción en la disciplina que sea. Los primeros planos son los más apetecidos por ser psicológicos y expresivos, que llaman la atención del público.

Las tomas dependerán del deporte, en algunos casos el rostro no interesa si la acción se expresa con otra parte del cuerpo, por ejemplo en un deporte extremo como es el Free Style, la mejor toma será en el aire, en el salto del ciclista; el rostro no será lo más importante de fotografiar, sino la acción en sí.

Para hablar de fotografía periodística deportiva y las nuevas tecnologías de la fotografía, sería necesario en capítulo entero, por ello se ha tocado lo más importante en referencia a los suplementos y en especial a los deportes, que es el tema de nuestro interés, concluyendo que la fotografía tiene una trascendental importancia para los lectores de los medios de comunicación impresos y más aún en los deportes, por la expresión y acción que generan.

2.3. Los suplementos en los periódicos

Dentro del periodismo existen varios tipos de suplementos, los cuales se pueden dividir en distintos contextos, de acuerdo a los proyectos del medio de comunicación o la necesidad de los usuarios.

Los suplementos periodísticos son secciones específicas adicionales a las que vienen normalmente en un periódico, pero también dependen de la temporada, día y el interés actual de las personas, para su realización.

De la misma manera, el suplemento es la forma de llenar nichos de lectores, ya que los periódicos de alta circulación los utilizan como una forma de obtener ingresos líquidos a través de la captación de anunciantes tradicionales y no tradicionales. Igualmente, el suplemento capta, dependiendo el tema, lectores que no son compradores de periódicos de

cada día, o sea solamente buscan el periódico cuando saben que viene un suplemento.

El suplemento no es el aporte al periódico que circula solamente los domingos o fines de semana, ya que esta información separada del periódico puede salir incluso diariamente pero con diferente nombre, lo que le podría dar una versatilidad al medio de comunicación para poder informar y no cansar al lector con las varias páginas que puede tener el mismo.

Algunos suplementos están basados en las temporadas; es decir, si estamos en los días cercanos a iniciar clases, se podría dar consejos para los padres de familia o para los estudiantes, donde se recomiende los mejores planes para iniciar de manera correcta esta etapa.

Asimismo, en la época playera, se podría recomendar a dónde ir o qué hacer para no quemarse, o cosas por el estilo; es decir, que sirva a la sociedad, con el objetivo de informar pero de manera diferente a las noticias.

Hay que diferenciar los suplementos de algo que en la actualidad se maneja en los medios de comunicación impresos, como son los folletos de publicidad, donde las marcas anunciantes integran a los periódicos un

documento con varias hojas, en las cuales se encuentra información variada, pero solo de promociones de esta empresa.

Otro tipo de concepto que podríamos traer a colación y el cual tiene mucha coherencia es el que lo da la profesora Rocío Manríquez de la Escuela Olga Navarro Sepúlveda:

“Los suplementos son como apartados del diario, como un pequeño diario independiente que trata temas especiales, tiene numeración diferentes en sus páginas. Hay suplementos diferentes para cada día. Por ejemplo, hay diarios que los días lunes traen un suplemento deportivo, los domingos uno de turismo o de espectáculos y los jueves un suplemento de cocina, etc.”.

Manríquez también asegura que “los periódicos ordenan su contenido en secciones para facilitar al lector la búsqueda de información. Un periódico desordenado sería muy difícil de leer y resultaría imposible encontrar alguna noticia que nos interesara”.

Para culminar el aporte de la profesora Manríquez a este proyecto de tesis, tomaremos el cuadro que ella ha creado para clasificar el tipo de suplementos que se pueden dar en los diferentes contextos.

³⁴ SECCIONES	CONTENIDO
Portada	Noticias más importantes y sumario (índice).
Internacional	Noticias de todo el mundo.
Nacional	Noticias del propio país.
Local	Noticias regionales o locales.
Cultura	Noticias sobre cine, teatro, música, danza...
Cartelera	Información sobre cines, teatros...
Anuncios breves	Anuncios por palabras.
Deportes	Noticias deportivas.
Economía	Noticias del mundo empresarial y comercial.
Agenda	Informaciones prácticas: farmacias, loterías, el tiempo...
Pasatiempos	Chistes, crucigramas, tiras cómicas...
Espectáculos	Programación de las televisiones y emisoras de radio

Tabla 3: Presentación de la profesora Rocío Manríquez

Hay que diferenciar dos cosas fundamentales en los periódicos, que son las secciones y los suplementos, ya que las secciones forman parte del medio escrito, mientras que el suplemento se puede dar de varias alternativas, como son: que el suplemento sea contratado por alguna

³⁴MANRÍQUEZ, Rocío, Secciones y suplementos del diario, escuela Olga Navarro Sepúlveda (departamento de Lenguaje), http://www.slide³⁴share.net/profesora_rocio/secciones-y-suplementos-del-diario

empresa que quiere promocionar su productos, entonces estaríamos hablando de un suplemento publicitario, sea cual sea el bien a comercializar.

Por otra parte, podríamos hablar de un suplemento de salud, el cual también podría ser contratado por alguien, pero no lo encasillaríamos como publicitario, ya que deja de ser de este tipo el momento que no se intentan vender algo. Este suplemento podría ser propio del medio de comunicación u ordenado por alguna persona que quiere obtener réditos económicos en acuerdos con el periódico.

Luego tendríamos el suplemento deportivo, el que realmente nos interesa y motivó a realizar este proyecto de tesis. En este espacio se coloca toda la información que queremos dar a conocer, por supuesto, con todos los requerimientos para poder tener relevancia, proximidad, pero, sobre todo, imparcialidad. Este tipo de suplementos, por lo general, suelen ser de propiedad de los medios de comunicación, pero en este caso se plantea implementarlo independientemente del periódico, a tal punto que solamente el periódico lo coloque en el interior de sus páginas para su comercialización, con lo que se espera llegar a cautivar al público y así alcanzar publicidad, con lo que se podrá mantener los gastos que comprometan la manutención del suplemento deportivo.

Existen otros tipos de suplementos, como de variedades, sociedad, pero en definitiva tienen las mismas características.

En el Ecuador existe un solo periódico que incluye suplementos a diario como es Diario HOY. Este medio de comunicación posee tres suplementos, pero en pocas ocasiones circulan solamente dos; vale recalcar que todos son de propiedad del periódico, a no ser que se presente algo de publicidad.

Los suplementos que circulan con este medio de comunicación son:

Vidadiaria, donde se puede encontrar todos los acontecimientos que se realizarán en las ciudades de Cuenca, Guayaquil y Quito, como una agenda social, así como tocan temas relevantes de la sociedad, como grupos de música de moda, o de cualquier género artístico. Otro elemento que integra este suplemento es las recomendaciones de restaurantes y de eventos culturales o de diversión; es decir, una alternativa para que las personas salgan y se diviertan.

A continuación se puede observar la portada de este suplemento:



Ilustración 1: Suplemento Vidadiaria

Otro de los suplementos que integra en sus 14 páginas Diario HOY, es el de deportes, al cual se le denomina “Solodeportes” e integra una variedad de disciplinas deportivas, además de los que ya los coloca en sus páginas normales, lo que permite tener una variedad de información y, sobre todo, a los amantes del deporte, les mantienen informado de cualquier pormenor

ocurrido en todo el país, ya que cuenta con información de las ciudades principales del Ecuador.

A continuación pueden observar como es la portada de este suplemento:



Ilustración 2: Suplemento deportivo Solodeportes

Y el tercer suplemento que maneja este medio impreso, es diarionegocios, en el cual se coloca toda la información sobre la economía del país, estrategias de mercado que impulsan el comercio interno, proyectos académicos que tienen tendencia económica, empresas ecuatorianas que salen adelante a través del trabajo y esfuerzo, pero muchas veces de una manera empírica; es decir, temas que le interesa a la gente, porque tienen proximidad, pero, sobre todo, porque es de la gente para la gente y no de empresas transnacionales, los cuales ya saben en teje y maneje de todos los movimientos monetarios.

A continuación se observa una portada de este suplemento:



Ilustración 3: Suplemento diariodenegocios

De esta manera, podemos ver que en el país se maneja con mucha frecuencia los suplementos; por lo regular los medios de comunicación integran los suplementos los fines de semana, cuando los lectores tienen más tiempo para leer toda la información adicional que entregan los medios escritos, con lo que se incrementan los conocimientos y, sobre todo, porque se mantienen informados.

2.4. El periodismo deportivo

Al abordar las características del periodismo deportivo, debemos tener claro que, a diferencia de cualquier noticia, se debe dar algunas alteraciones que tienen que ser obligatorias por las particularidades del tema, esto se da porque tenemos que dar mayor prioridad a la proximidad y actualidad, ya que las tecnologías obligan a lanzar la información de manera más rápida, cumpliendo los parámetros establecidos, como que los periódicos entreguen la información el día siguiente; así como la radio y la televisión tienen que emitir los resultados de cualquier competencia deportiva en ese momento.

Se habla en algunos sitios web que es necesario dividir y estudiar el periodismo deportivo en sus diferentes partes, como son: la competencia, juego, jugador, profesión, espectáculo, espectador, dirigencia, cuerpo técnico, consumidor, temperamento, pasión, liderazgo, las construcciones culturales y psicológicas; es por eso que se dice que esto se logra sumando a una fuerte formación profesional, los conocimientos teóricos, la intuición y las habilidades y técnicas para el manejo de la información y el conocimiento de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías.

Según se indica por parte de la Universidad Nacional de Loja, la prensa es el principal medio de información a la opinión de la sociedad y sus mensajes determinan el comportamiento y la cosmovisión de todas las personas que reciben esta información. Hay que tener en cuenta algo que

es fundamental, ya que el periodista no sólo informa, el trabajo que genera es mucho más enredado que solamente entregar datos, porque los contenidos que emite sirven para crear opinión, liderar, educar y también entretener.³⁵

El periodismo deportivo no escapa a las características generales de esa profesión, por lo que se asegura que el periodista deportivo también debe categorizar los hechos de ese ámbito que considera más relevante para la sociedad en la que trabaja, narrarlos, describirlos, relatarlos o mostrarlos con la mayor veracidad y precisión posible, inclusive se puede ver en varias ocasiones obligado a interpretar, sacar conclusiones, evaluar, proyectar y analizar episodios, que adquieren el rango de noticia porque así lo ha decidido la prensa.

Como elementos fundamentales en el periodismo deportivo, tenemos que la rapidez y la precisión son requisitos fundamentales para informar los acontecimientos del deporte, pero esquematizados por la globalización y el vértigo informativo. Si nos remontamos hace varios años atrás, podemos decir que con la globalización y las nuevas tecnologías, el concepto de cercanía geográfica o psicológica de la noticia ha cambiado sustancialmente, a tal punto que acercaron los continentes y acortaron las distancias físicas y culturales. Es tan fácil como leer, escuchar o ver las

³⁵ ESPINOZA BENAVIDES, Wilmer y ONTANEDA, Sybel, Módulo II: Comunicación interpersonal y social, Universidad Nacional de Loja, 131 pág.

noticias de 1970, donde era poco lo que se sabía del fútbol inglés, italiano o español, pero a diferencia de hoy, existen canales especializados en deporte que absolutamente las 24 horas del día, los 365 días del año se transmite deportes de todos los confines del planeta.

Retomando lo que dice la Universidad de Palermo, “la orientación en periodismo deportivo prepara al alumno para enfrentar el complejo mundo del deporte con herramientas necesarias para analizar correctamente los acontecimientos, sostener un juicio crítico y expresar y avalar sus opiniones; para ello, necesita conocer los fundamentos culturales, académicos, profesionales y sociales que sustentan la labor periodística, más allá de la familiaridad que vincula al periodista con algún episodio determinado”³⁶.

Por todas estas razones, la misión del periodista requiere formación de manera sólida en las universidades y no como se lo hacía hace algún tiempo atrás, que era la manera empírica, ya que las tecnologías y los requerimientos de nuestros “clientes” es cada día más avanzada y no podemos quedarnos con conocimientos que se volverían obsoletos con el solo objetivo de proveer de una amplia cultura general y arranque el pensamiento crítico, de modo tal de ejercer con responsabilidad y eficacia su profesión.

³⁶<http://www.webuniversitaria.com/periodismo-deportivo-up-universidad-de-palermo.carrera.5454.html>

Hay algo fundamental que debe tener como característica particular el periodista deportivo y ello es el saber evaluar el hecho deportivo, hacer una definición sensata y dar a conocer o expresarlo en forma eficaz y lo más objetivamente posible, dejando a un lado la opinión y conociendo el medio en que desempeña sus funciones, ya que el público al que se dirige y las condiciones humanas y profesionales de los protagonistas, son quienes imponen las reglas del juego.

En el tema del periodismo deportivo, se podría hablar de que los protagonistas de esta profesión pierden su forma de hablar o de expresarse, por lo que según un estudio realizado por la agencia EFE, el periodismo deportivo no empobrece la lengua, ni los periodistas de esta especialidad desatienden el idioma, esto de acuerdo a lo que ellos tomaron de las conclusiones del seminario que sobre lenguaje y periodismo deportivo, que reunió en San Millán de la Cogolla a expertos, convocados por la Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA).

En estas conclusiones, que durante los días 10 y 11 de mayo de 2012, se reunió a lingüistas y periodistas especializados en materia deportiva, se destaca también la necesidad de olvidarse del tópico de que los periodistas deportivos no prestan atención al idioma, por lo que señalan lo siguiente: "el periodismo deportivo muestra su preocupación por el buen uso del idioma, con la exaltación de la relación entre cultura y deporte y también mediante cuestiones de orientación, reflexión y formación

especializada. Es así que se indica que los peligros del periodismo deportivo son muy parecidos a los del general, como la rutina, el abuso de términos comodines y frases hechas, expresiones vacías, estereotipos o extranjerismos. Pero en el caso del deportivo con el agravante de moverse en un territorio de emociones, subjetividad máxima, exaltación y grandilocuencia en el que proliferan las hipérboles, las metáforas forzadas, el amarillismo y la parcialidad"³⁷.

Uno de los problemas que han detectado en San Millán fue el sexismo informativo, más que lingüístico, como demuestra el hecho de que por cada 24 horas dedicadas a deportes, solo 44 minutos se dedican al femenino, "y su tratamiento, a menudo muy distorsionado, contribuye a asentar prejuicios y estereotipos"³⁸, es por eso que se habla de que su tratamiento, con mucha frecuencia es distorsionado y contribuye a asentar prejuicios y estereotipos.

Pero por parte de los especialistas que participaron de estos seminarios, se analizó que el lenguaje deportivo es muy creativo, con aportaciones al lenguaje común.

Asimismo, estos expertos indican que los profesionales deportivos hacen aportaciones a la gramática, con el uso transitivo específico del lenguaje

³⁷<http://www.elespectador.com/entretenimiento/arteygente/medios/articulo-349303-expertos-aseguran-el-periodismo-deportivo-enriqu>

³⁸Idem.

del fútbol de verbos como bailar, empatar o circular; o léxicas tales como semifallo, autogol, trivote, jugón, tiquitaca.³⁹

Se trata de un ámbito que genera más vocablos que otros y los incorpora al imaginario de la sociedad, entre ellos expresiones como: resultado gafas, cerocerismo; cruces léxicos, como villarato, batigol y juegos con las siglas: ¡Qué NBArbaridad!

2.4.1. Galería del Periodismo Deportivo

Durante todos estos años han existido diferentes guardias de la información. La vieja; fue romántica, ingeniosa, no existía la tecnología, deleitaban con la pluma y hacían soñar a través del micrófono de la radio.



Ilustración 4: Manuel "Chicken" Palacios

Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo, 463 pág.

³⁹ UP cite.



Ilustración 5: Arístides Castro Rodríguez “ARCAS”

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 6: Ricardo Chacón García, “Don Richard”

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 7: Guillermo Valencia León junto a Pelé

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 8: Ralph del Campo llegó a locutar en la BBC de Londres.

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 9: Ab. Mauro Velásquez, Carlos Víctor

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 10: Petronio Salazar, Paco Álvarez, M. Hidalgo Morales y Rudy Ortíz Idiarte.

Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo, 463 pág.

La guardia medieval fue historiadora, mantuvo esa fortaleza por lo escrito, se fortaleció más en radio y abrió los primeros senderos de la pantalla.



Ilustración 11: Pablo Aníbal Córdova, junto a Omar Quintana

Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo, 463 pág.



Ilustración 12: Alberto Sánchez con Jaime Nebot

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 13: Manuel Kun Ramírez

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 14: Alfonso Harb, Jacinto Landázuri, Vito Muñoz.

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 15: Gerardo España Larreta

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 16: Fabián Gallardo

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 17: Patricio Díaz

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**

La guardia moderna impuso la información, la primicia, la noticia del momento. Consolidó la presencia televisiva, sin abandonar la arrolladora fuerza radial y escrita.



Ilustración 18: Roberto Bonafont

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 19: Roberto Omar Machado

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 20: Alfonso Lasso

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**

El periodismo deportivo ha sido el combustible del fútbol ecuatoriano para que durante más de 70 años, crezca cada día más el fuego ardiente de la pasión por este deporte en nuestro país.



Ilustración 21: Duval Cedeño

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 22: Pedro Santos, Aníbal II, Alfonso Chiriboga.

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 23: Rodolfo Piñeyro, Mario Viteri y Ricardo Doylet.

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 24: José Granizo

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 25: Marco Vinicio Andrade y Fernando Baird.

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 26: Carlos Efraín Machado con Pocho Harb en La Paz-Bolivia

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 27: Javier Coello, Manuel Kun Ramírez, Paco Álvarez, Gerardo España, Alfonso Harb, Fernando Mendoza y Carlos Víctor Morales.

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 28: Alberto Gómez León y Pedro Mauricio Muñoz.

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 29: Andrés Guscher

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



Ilustración 30: Roberto Meza, Alfonso Harb, Washington Sánchez, Dr. Ángel Álvarez, Marcelo Crespo y Gerson Germán.

Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo, 463 pág.



Ilustración 31: Prensa deportiva ecuatoriana llegando al aeropuerto El Dorado de Bogotá, en el Hércules de las FFAA, para un partido de eliminatorias en el 2001.

Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo, 463 pág.



**Ilustración 32: Primer gran foro sobre Sociedades Anónimas en el Fútbol,
organizado por Alfonso Harb en el 2007.**

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**



**Ilustración 33: Gabriela Pazmiño (d), Verónica Coronel y Dayana
Paissalague, Jóvenes conductoras deportivas de la TV.**

**Fuente: HARB, Pocho, Pasión por el fútbol, Galería del periodismo deportivo,
463 pág.**

Capítulo 3

3. Mercadeo y difusión

3.1. La publicidad

La publicidad es una manera de llegar a cualquier sociedad con una comunicación persuasiva que busca informar, pero, sobre todo, convencer a las personas que reciben estos mensajes, con el fin de que actúen de una forma determinada ante lo que quiere el mensaje.

La publicidad existe desde hace mucho tiempo atrás, se podría decir que este tema nace con los orígenes de la humanidad y el comercio entre los primeros seres humanos, ya que debían vender sus productos, lo que ha obligado a crear la necesidad de comunicar la existencia de los mismos, porque, de no darse este diálogo, jamás podrían vender sus pertenencias. Es por eso que se dice que la forma más común de publicidad era la expresión oral.

Varios historiadores cuentan que esta historia se remonta a Babilonia, donde se encontró una tablilla de arcilla con inscripciones para un comerciante de ungüentos, un escribano y un zapatero que data del 3.000 a. C. de la misma se lo hizo con la civilización egipcia. Fue en Tebas cuando se conoció épocas de gran ostentación económica y religiosa; de allí que esta ciudad se le atribuye uno de los primeros textos publicitarios.

La frase inscrita en un papiro egipcio ha sido considerada como el primer anuncio publicitario. Y así podríamos hablar de varias inscripciones halladas en el planeta, pero sobre todo en el continente europeo, ya que en 1821 se encontró en las ruinas de Pompeya una gran variedad de anuncios de estilo grafiti, los cuales hablan de una tradición publicitaria en la que se pueden observar vendedores de vino, panaderos, joyeros, tejedores, entre otros.

Así también se habla de que en Roma y Grecia ya se inició la creación del “pregonero”, que era la persona encargada de informar a viva voz al público, la llegada de embarcaciones cargadas de vinos, víveres y otros. Este pregonero, en la mayoría de ocasiones, era acompañado por músicos, quienes daban el tono adecuado para vociferar los productos que llegaban y así conseguir lo que se planteaba, que era el vender todos los bienes; además eran contratados por comerciantes y por el estado, lo que ya va perfilando a un publicista, que es con lo que en la actualidad se cuenta. Esta forma de publicidad muy empírica e informal duró hasta la edad media.

Otro tipo de publicidad que se daba en cientos de años atrás, se daba por los propietarios de las tabernas, quienes promocionaban los vinos con el uso de campanas y cuernos para atraer a la clientela; en otros lugares se utilizaban tambores y gaitas; así como los pregoneros empleaban los tambores para acompañar los avisos.

Ahora tenemos que tocar la publicidad en los medios de comunicación, ya que en ese momento esta herramienta se convirtió en un elemento que beneficia a los dueños de locales comerciales o propietarios de bienes que se dedican a la comercialización de los mismos.

Esta estrategia llegó al público a través de los medios de comunicación, los cuales presentan los anuncios a cambio de una contraprestación fijada con anterioridad, con el objetivo de adquirir espacios en un contrato de tipo compra-venta por la agencia de publicidad y el medio de comunicación, emitiendo el informe en la cadena durante un horario fijado por la agencia; este contrato según las normas de publicidad, es denominado contrato de emisión o de difusión.

Como objetivos fundamentales, los cuales podrían también ser tomados como conceptos, tenemos que la publicidad pretende promover la venta de productos y servicios, estableciendo elecciones entre el comerciante y el consumidor y, aumentar las bases de convencimiento en el público al que se dirige; informar acerca de los bienes o servicios cuya contratación intenta alcanzar. Este contenido está sometido a una finalidad comercial concreta: inducir al comprador a una acción de compra; incidir en el destinatario mediante el mensaje para modificar su conducta. El mensaje transmitido en forma signo-estímulo provoca una mutación psíquica en el destinatario, manifestada en

forma signo-respuesta; como último objetivo transmitir información, crear una actitud o inducir a una acción beneficiosa para el anunciante.⁴⁰

Para avanzar este tema, he visto prudente tomar una clasificación que hace la página web de materiales de lengua y literatura, donde aportan con un cuadro muy explicativo, el cual nos habla sobre los productos publicitarios y a su vez nos dan conceptos sobre estos tipos.

3.1.1. Los productos

Los productos publicitarios son muchos y variados. Para su estudio se clasifican en grupos dependiendo de sus características. De todas las agrupaciones, hemos elegido la de T. Harrison (Manual de técnicas de publicidad. Bilbao: Deusto.).

3.1.1.1. Tipos de productos

Productos de uso diario: detergentes, productos de limpieza, alimentación... Artículos de compra por impulso. Son productos de coste bajo y consumo frecuente, pero que no se compran por necesidad, sino como pequeños placeres: chucherías, bebidas alcohólicas, revistas y algunos artículos de regalo.

Artículos de alto precio: Son artículos que se compran muy de tarde en tarde por su elevado coste y su duración: la casa, el

⁴⁰<http://grupo8nuevastecnologias2010.blogspot.com/p/concepto-publicidad.html>

coche, los electrodomésticos, los muebles... y algunos servicios utilizados raras veces como las bodas o los funerales.

Productos de consumo visible: Son los artículos que consumimos para demostrar nuestra propia personalidad. Lo que interesa es que los demás puedan ver la marca y saber lo mucho que cuesta y lo que significa.

Servicios: En este apartado se incluyen todos aquellos servicios de interés: comercios, restaurantes, cafeterías, peluquerías, agencias de viajes... profesionales (médicos, arquitectos, abogados, asesores de empresas...).

Por otra parte, se tienen en la actualidad los negocios que se han dedicado a la promoción de ciertos productos, los cuales les pertenecen a personas que ven como necesario que tras personas y sobre todo el ingenio que tienen cada una de estos negocios, se encargue de promocionar sus bienes. Hablo de las agencias de publicidad.

El concepto que pude recabar de algunos que se barajan, es que las agencias de publicidad son partícipes muchas veces dentro del desarrollo publicitario, que está elaborada por varios factores; entre los cuales, el más importante es el brief, el cual se basa en

la obtención de ideas previas para desarrollar el producto publicitario. El brief se puede decir que es un documento que especifica todas las características propias del producto o servicio en sí y además, puede contener un historial de todas las campañas previas que se han realizado hasta la fecha; mayoritariamente este historial es agregado cuando el anunciante decide cambiar de agencia de publicidad, lo que protege a las empresas, para que no sean burladas por ciertos clientes que solo quieren el beneficio para ellos y perjudicar a los demás.

Existen ocasiones en que los productos adquieren importancia debido a la publicidad, pero no siempre como resultado de una campaña con intención, sino simplemente por el hecho de tener una buena cobertura periodística o a través de las tecnologías digitales como la internet, donde se habla de publicidad no solicitada o spam al hecho de enviar mensajes electrónicos, tales como correos electrónicos, mensajes cortos u otros medios sin haberlo solicitado, y por lo general en cantidades masivas. No obstante, la red es un medio habitual para el desarrollo de campañas de publicidad interactiva, que no caen en invasión a la privacidad, sino al contrario, llevan la publicidad tradicional a los nuevos espacios donde se pueda desarrollar.

Dentro de este contexto, me he tomado la atribución de copiar esta explicación de los tipos de publicidad que se pueden encontrar, ya que me pareció muy interesante el manejo que le dan a la información.

En el cine, la radio, la televisión, la prensa, en la calle... recibimos continuamente mensajes publicitarios. Muchos nos incitan al consumo; otros, en cambio, nos invitan a adoptar determinadas actitudes, como cuidar el medio ambiente o conducir con prudencia.⁴¹

3.1.2. El lenguaje de la publicidad

El lenguaje de la imagen y los textos en la publicidad tiene unas características propias:

- La imagen, el color, la forma de las letras... llaman la atención rápidamente.
- El texto del anuncio, el eslogan, está formado por frases breves, sencillas, fácilmente memorizables. Su misión es anunciar un producto o un mensaje e influir en el receptor.
- El texto escrito es persuasivo: se utilizan los pronombres de segunda persona, construcciones imperativas, frases hechas, rimas, repeticiones, y otros recursos estilísticos.

⁴¹HARRISON, T, Manual de técnicas de publicidad, Ediciones Deusto, Bilbao, 1989.

Los anuncios publicitarios, al igual que el signo lingüístico, están formados por dos planos: el plano del contenido (la realidad del mensaje que nos transmite) y el plano de la expresión (los recursos lingüísticos y no lingüísticos utilizados para llamar la atención del receptor).

Ejemplo	Clasificación por el plano del contenido	Recursos para llamar la atención
"Cervantes", el grande de los grandes almacenes.	Sociales. Fomentan el interés por ciertos servicios que suponen bienestar y utilidad para el usuario.	Redundancias y ponderaciones para presentar algo como único y singular.
Por una vejez tranquila, confíe en seguros "La Cometa"	Económicos. Impulsan el ahorro y la economía.	Se utiliza el imperativo confíe para incitar al consumidor.
Mantenga	Cívicos. Dirigidos a	Uso del imperativo y de

limpia la ciudad. ¡Es tan bonita!	los ciudadanos con el fin de mejorar sus actitudes y las condiciones de convivencia.	los signos de admiración.
Si quieres aventura, lánzate a la lectura.	Culturales. Pretenden incrementar el interés por la cultura.	Igualdad métrica y rima.

Tabla 4: MANQUILEPI, René, Leguaje publicitario, The British School

<http://www.slideshare.net/lenguajeliceonacional/el-lenguajepublicitariocomplementado>

Según la finalidad perseguida, los anuncios pueden clasificarse en:

- Propagandísticos: Pretenden convencer y aconsejar al receptor para que actúe de una forma determinada. Su finalidad puede ser social, cívica, cultural, deportiva...
- Publicitarios: Pretenden que el receptor consuma o compre un producto determinado. Su finalidad es básicamente comercial.

Una manera para elaborar un mensaje publicitario y que sea efectivo, hay que tener en cuenta el medio a través del cual se transmite y el público al que va destinado.

Es por eso que podemos hablar del medio, donde la publicidad es distinta según el espacio elegido para difundirla. En un anuncio impreso se juega con la forma, el color o la distribución del espacio, mientras que en la radio o en la televisión tienen mucha importancia los efectos sonoros, la música y el tono de voz.

Por otra parte, tenemos al receptor, un elemento muy importante, ya que tenemos que cautivarlo para que adquiera el producto que queremos comercializarlo. En este caso hay que adaptar el mensaje al tipo de público al que se destina, ya que no se puede utilizar el mismo mensaje para animar a los conductores a utilizar el cinturón de seguridad que para vender un juguete infantil.⁴²

3.1.3. Marketing

Es el uso de un conjunto de herramientas encaminadas a la satisfacción del cliente. Estas herramientas son conocidas como las Cuatro P: Producto, Precio, Distribución o Plaza y Publicidad o Promoción. Como disciplina de influencia científica, el marketing es un conjunto de principios, metodologías y técnicas a través de las

⁴² HARRISON, T, Manual de técnicas de publicidad, Ediciones Deusto, Bilbao, 1989.

cuales se busca conquistar un mercado, colaborar en la obtención de objetivos de la organización, y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o clientes.

- **Producto:** en mercadotecnia un producto es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso y/o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo.

- **Precio:** es el monto de intercambio asociado a la transacción. EL precio no tienen relación con ninguno de los costos asociados al producto al que se le fije, sino que debe tener su origen en la cuantificación de los beneficios que el producto significa para el mercado, y lo que este esté dispuesto a pagar por los beneficios. Sin perjuicio de lo anterior, para la fijación del precio, se considera los precios de la competencia, el posicionamiento deseado y los requerimientos de la empresa.

- **Plaza o Distribución:** En este caso se define donde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo de los canales logísticos de venta debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

- **Promoción:** Todas las funciones realizadas para que el mercado se entere de la existencia del producto/marca, incluidas la venta y ayudas a la venta, sea esta la gestión de los vendedores, oferta del producto o servicio por teléfono, internet u otros medios similares, los anuncios publicitarios y la publicidad mediante otros vehículos.

3.1.4. Marketing deportivo

“Tiene muchas definiciones; según Philip Kotler, considerado padre del marketing es el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.

Sin embargo, hay muchas otras definiciones; como la que afirma que el marketing es el arte o ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo.

En español, marketing suele traducirse como mercadotecnia, no obstante, la palabra marketing está reconocida por el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Aunque se admite el uso del anglicismo se recomienda usar con preferencia la voz española mercadotecnia.

El marketing involucra estrategias de mercado, de ventas, estudio de mercado, posicionamiento de mercado, etc. Frecuentemente se

confunde este término con el de publicidad, siendo ésta última sólo una herramienta de mercadotecnia”⁴³

3.2. Análisis de mercado

En la ciudad de Azogues no existe ningún periódico que entregue un suplemento deportivo en donde puedan encontrar información local sobre las diferentes disciplinas que existen en el deporte cañareño cada semana.

Según se pudo realizar un sondeo en los periódicos que circulan el fin de semana en la capital del Cañar, ninguno posee información deportiva especializada. Esto se vuelve un limitante para dar a conocer con mayor profundidad los detalles de los diferentes eventos deportivos, ya que en los periódicos que circulan el fin de semana solo tratan de forma muy general e incluso fría las reseñas de las competencias que se dan en la provincia del Cañar.

3.2.1. Encuesta

Para conocer que tan aceptable fuese la incorporación de un suplemento deportivo en la ciudad de Azogues, se realizó una encuesta con cuatro preguntas, donde se obtuvo información para saber qué tipo de mercado se manejará.

⁴³ PHILIP Kotler, el Marketing modern, Estados Unidos 2008

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{N+1(e)^2}$$

Las preguntas planteadas son:

1. ¿Con qué frecuencia usted lee sobre deportes?

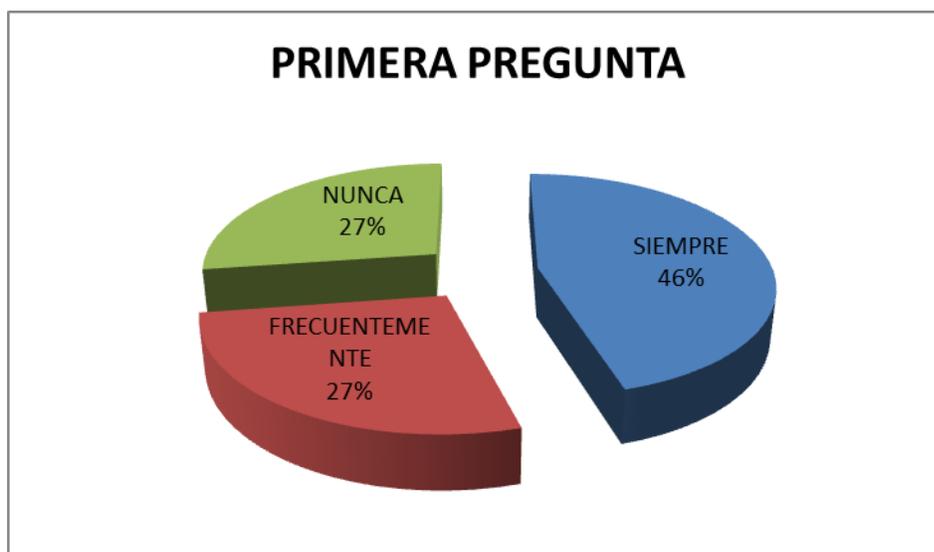


Ilustración 34

De acuerdo a las encuestas realizadas se pudo determinar que las personas de la provincia del Cañar eligieron la opción siempre con un favoritismo del 46 por ciento. Según los diferentes criterios en las encuestas se eligió esta opción porque es información diferente a la que se encuentra en otros contextos de la sociedad sin violencia ni dramatismo.

2. ¿Le interesaría saber más sobre deportes mediante un suplemento creativo e innovador?



Ilustración 35

Los encuestados determinaron el interés de conocer más sobre deportes y contar con un espacio dedicado solamente a esto.

3. ¿Le gustaría que se adicione un suplemento dedicado a los deportes en un periódico de manera semanal?



Ilustración 36

Los resultados que se obtuvieron en esta pregunta fue un rotundo sí, ya que el 67 por ciento indicó que les gustaría contar con un suplemento semanal. Según los encuestados determinaron que con este suplemento contarán con información fresca de los eventos que se realizan en la semana.

4. ¿Cree usted que el diseño es importante en un suplemento deportivo?



Ilustración 37

Pese al empate que hubo en esta pregunta, creo que el diseño es importante para generar un impacto visual, con el cual podemos graficar de mejor manera la cobertura que realicemos en las diferentes disciplinas deportivas.

3.2.2. Oportunidades del mercado

“Antes de producir un artículo u ofrecer algún servicio, la dirección debe analizar las oportunidades que ofrece el mercado; es decir, cuáles de los consumidores a los que se quiere atender (segmento objetivo), qué capacidad de compra tendrían a la hora de adquirir el

producto o servicio, y si éste responde a sus necesidades. Además, también tienen que detectar cuáles son sus posibles competidores, qué productos están ofreciendo y cuál es su política de mercadeo, cuales son los productos sustitutos y complementarios ofrecidos en el mercado, las noticias y probabilidades respecto al ingreso de nuevos competidores y los posibles proveedores. También deben realizar un análisis interno de la empresa para determinar si realmente está en condiciones de llevar a cabo el proyecto (si dispone de personal suficiente y calificado, si posee los recursos necesarios, etc.)”⁴⁴

Por último se debe analizar qué política de distribución es la más adecuada para que el producto o servicio llegue al consumidor. Con todos los datos, la empresa realiza un diagnóstico. Si éste es positivo, se fijan los objetivos y se marcan las directrices para alcanzarlos, determina a qué clientes se quiere dirigir y qué clase de producto quiere.

3.2.2.1. *Análisis de oportunidades del mercado en el Cañar*

En Cañar no existe ningún periódico que entregue a los aficionados del deporte un inserto especializado en donde puedan conocer a fondo la serie de actividades que se realizan cada semana.

⁴⁴ AMSTRONG, Gary, Sports Marketing, Essex Londres 2007

El diario local informa a modo de noticia algunos acontecimientos, pero no en el espacio que los seguidores esperan, principalmente por la falta de espacio.

Esto es un limitante para reseñar un evento por eso apenas se conoce de los resultados o tabla de posiciones de una manera fría o sin mayor detalle. Al entregar gratuitamente a los miles de aficionados un inserto de esta magnitud, se cubre una demanda por lo que se considera que es factible.

3.2.3. Descripción del producto

En el suplemento de deporte se ofrecerá información basada en la investigación, reseña y cobertura de eventos deportivos, tendrá un diseño activo, moderno y acorde a la propuesta. La parte gráfica es esencial por eso se dará en cada página un mayor porcentaje, en relación al tamaño de la página, al concepto visual, es decir, diseño, colores, fotos, infografías, etc.

El texto o información será lo más ágil y dinámico posible, con detalles que atrapen al lector y lo seduzcan en leer de principio a fin. Debido a que el suplemento circulará cada semana, la manera de llamar la atención del lector será ofreciendo un tipo de información diferente, no a modo de noticia pues sería extemporáneo. Lo que se propone es

brindar información detallada con aditamentos especiales que comúnmente no se conocen, por ejemplo las especificaciones técnicas para realizar la escalada.

3.3. Público objetivo

En el caso del inserto deportivo que se está proponiendo realizar al distribuirse en la Portada se tiene la ventaja de que el producto llegue sin problema a manos de los lectores de este importante medio de comunicación.

No se requiere de personal, logística, ni mayores condicionantes pues Diario Portada tiene lo necesario para distribuir el producto.

Luego que el inserto esté debidamente confeccionado en la prensa de Diario Portada el personal se encargará de insertar en los 600 periódicos que se venden regularmente los días sábados, día seleccionado para la circulación del inserto.

3.3.1. Distribución provincial

Diario Portada circula en las ciudades de La Troncal, Biblián, Cañar, Déleg El Tambo y Azogues.



Ilustración 38: Mapa de la provincia del Cañar

3.3.2. Lanzamiento

Para que el inserto deportivo tenga el éxito esperado, es necesario utilizar estrategias de lanzamiento para dar a conocer y posicionar primeramente el nombre de los lectores, deportistas y los posibles auspiciantes; se debe procurar todas las funciones para que el mercado se entere de la existencia del producto/marca, incluidas la venta, sea ésta la gestión de los vendedores, oferta del producto o servicio por Internet, radio u otros medios similares, los anuncios publicitarios y la publicidad mediante otros vehículos.

Una ventaja significativa es la circulación que tiene la Portada en sus ocho años de existencia. Es el medio de mayor tiraje en la provincia y los lectores vienen prácticamente solos. Con los anuncios la expectativa que saldrán publicados en el diario se consigue ganar el interés de miles de receptores.

Capítulo 4

4. Producción del Suplemento Deportivo

4.1. Recopilación de material para el suplemento

4.1.1. EL TORNEO BARRABÁS, EL MEJOR ESPECTÁCULO PARA LOS INDORISTAS

El viernes 3 de agosto, en horas de la noche, en la cancha de la Escuela Emilio Abad, por un año más se inauguró el XXXII Torneo de indor Aki-Jorge Andrade Lozano, que es organizado por el club Barrabás.

Este evento deportivo que siempre ha tenido la buena acogida de los mejores equipos de indor de la capital cañareense, en esta ocasión tuvo la participación de 13 equipos, entre ellos Marcial Guillen, Estudiantes, Botados, Primos, L.V.A, Halcones, C.S.C, Cor-Serr, L.D.S, Javier Loyola, Fufis, Borrero y Olímpico Bombers.

De a poco se han desarrollado los cotejos, los cuales, según avanza el campeonato, se tornan más interesantes, por lo que los espectadores cada noche colman el escenario deportivo de este torneo.

Gritos, risas, desesperación, y hasta lágrimas, son las emociones que recorren los graderíos de esta escuela, escenario donde todas las noches se disputan los encuentros de indoor fútbol. En esta ocasión la edición del año 2012, donde han llegado los mejores indooristas unidos en equipos que buscan beber la gloria de la Copa que entregan los auspiciantes.

Así como en la cancha, en los graderíos se vive otro encuentro, donde las barras gritan y animan a sus equipos, con el objetivo de que se hagan de la victoria. Cánticos, silbos y aplausos, todo vale en el Barrabás; porque no existe distinción entre funcionarios públicos o gente de bajos recursos económicos, ya que todos se unen para alentar a su equipo.

En la cancha se origina sudor, adrenalina y un sin fin de nervios, que es lo que han asegurado vivir los deportistas, quienes cuando ingresan al campo de juego, al igual que los futbolistas profesionales, se persigan para que el Ser Supremo los ayude en su encuentro, el cual si lo ganan es aplaudido, caso contrario es abucheado por los aficionados que se han acostumbrado a recibir victorias.

Cuando el árbitro da el pitazo inicial, empiezan las verdaderas emociones, todos luchando por meter un gol, de allí que se producen los roces entre los jugadores, los cuales incluso han dejando sangre en el asfalto del que está construida la cancha de la Escuela Emilio Abad, producto de los codazos o faltas groseras que realizan los rivales.

De esta manera se vive el indor Barrabás 2012 en la ciudad de Azogues, donde prácticamente todo se paraliza para ver jugar a los equipos que han ganado trayectoria en este torneo, el mismo que asegura que tendrá vida hasta que ya no quede un solo hincha de indor en la provincia, ya que cuenta con equipos de otros cantones vecinos como Déleg, Biblián y Cañar. (EFC)

4.1.2. DEPORTIVO AZOGUES, UNA PASIÓN QUE LLEVÓ A LA GLORIA A LA PROVINCIA DEL CAÑAR

El Deportivo Azogues, un equipo que nació de nada más que las ganas y el civismo de ciertas autoridades cantonales, que pusieron todo de sí para que este equipo llegue a la Segunda Categoría del Fútbol Ecuatoriano, acción que sería el primer paso de muchos logros que consiguieron en tan poco tiempo, lo que permitió a la hinchada confíe en esta oncena que luego daría un salto muy grande de victoria y reconocimiento.

Además fue una necesidad que tuvo la ciudad por contar con un equipo profesional, tomando en cuenta que años atrás al 2005, se hablaba de que la provincia del Cañar tenía la representación en la Federación Ecuatoriana de Fútbol, FEF, lo que significaba un voto a través de la Asociación de Fútbol Profesional del Cañar, AFCA, y por comentarios de varios cañarenses, quienes decían que no era justo que se tenga un voto y no se pueda poner a un equipo que les simbolice.

Uno de los temas más preocupantes que tenía este club era el presupuesto, para lo cual fue necesario crear una comisión, que llegó al acuerdo de que los ingresos que tendría el Azogues provendrían de las aportaciones de los socios y de la publicidad que se venda con el club. Siendo así y con algo de fundamentos sobre lo que iba a tener las arcas del equipo, se planteó un presupuesto mensual de 20.000 dólares y por temporada 80.000 dólares, con un buen futuro, ya que se pensaba que podría llegar a bordear los 120.000 dólares, a tan solo seis meses. Fue vital el aporte de todos los miembros del directorio, como fue el conseguir recursos con la venta de adhesivos, camisetas y gorras en toda la ciudad.

Si bien se quería obtener un buen director técnico para el equipo guacamayo, no se sabía quién podría llegar a Azogues a dirigir al recién creado equipo de fútbol. Fue para el 20 de mayo del 2005, cuando se reunieron directivos y decidieron contratar a Janio Pinto, originario de Brasil, técnico que posteriormente elegiría a los jugadores que pasaron las pruebas físicas, quienes tenían la aspiración de triunfar en este elenco, los mismos que haría que ese equipo cambie la historia del fútbol cañareño.

El primer equipo con el que contó el Deportivo Azogues se trató de: Eder Moreira Cedeño, Luis Montaña, José Luis Rentería Olmedo, Wellington Nazareno Arroyo, Carlos Castillo, Carlos Porozo, Armando Angulo, Juan Sánchez, Wilson Pérez, Jorge Castillo, Derrnis Cañizares, Stalin Bolaños, Vladimir Montaña Díaz, Fabricio Corozo, Luis Alberto Caicedo Mina, Daniel Mina; los azogueños: Juan Carlos

Macías Cárdenas, Johnny Gallegos Parra, Richard Matute Cárdenas y Luis Urgilés.

El profesor Janio Pinto, de nacionalidad brasileña, siempre fue recordado en la ciudad de Azogues, porque bajo su dirección técnica, el equipo guacamayo hizo historia en el fútbol ecuatoriano desde el 2005. Al frente del equipo ganó el Torneo de Segunda Categoría en el 2005; ascendió a la Serie B del fútbol profesional en el 2006 y subió a la Serie de privilegio del fútbol profesional ecuatoriano en el 2007. A mediados de la temporada del 2012, retoma el reto de animar a un equipo azogueño y ponerlo en posiciones estelares del campeonato nacional de la Serie B.

En la actualidad el equipo guacamayo está integrado por: Israel Álvarez, Marlon Díaz, Pedro Ortiz, Lenin Castillo, Walter Farinango, Mauricio Rodríguez, Jefferson Nazareno, Edgar Quiñonez, Efrén Proaño, Marlon Perlaza, Jorge L. Yépez, Miguel Flores, Sebastián Ruiz, Jamil Quezada, Raúl Alvarado, José Granda, Jorge Góngora, Rafael Manosalvas, Pablo Arévalo, Boris Zaraguro, Jhony Castro, Alexis Palacios, David Reascos, Pablo Ochoa, Cristian Vivas y Diego Ávila.

Ahora, a decir de de Pinto, es un reto el cual se está formando con la dedicación de los jugadores, quienes se han comprometido en salir adelante y demostrar que lo que una vez se cumplió por una plantilla diferente, lo podrán hacer con esta, ya que además de tener profesionales experimentados en el equipo, también cuentan con jugadores de la cantera del Azogues, que fue lo que no tenían en ese

entonces en el 2005, cuando tuvieron que traer a varios jugadores de la costa ecuatoriana para que representen un equipo del Austro del país.

Varias vicisitudes han tenido que afrontar en esta media temporada en la que está a cargo el DT. brasileño, ya que a decir de él, ya no se cuenta con los mismos recursos económicos que se tenían en la anterior participación de él en este equipo, y, asegura que esa es una de las razones por las cuales se encuentran en la Serie B, puesto que no hay presupuesto para trabajar con jugadores que aporten al club. Asimismo, Pinto da a conocer que se ha encariñado tanto con esta ciudad y con el equipo, que a pesar de que él sabía que el Azogues no tenía una base económica sólida para respaldar un proyecto que los lleve a la Serie A, él apuesta porque se reviva lo que sucedió en el 2005. (EFC)

4.1.3. PEDRO ORTIZ, UN ARQUERO Y SU PASIÓN POR LA CAMISETA GUACAMAYA

UNA VIDA RESGUARDANDO LAS MALLAS AZOGUEÑAS

Pedro Ortiz, arquero del Deportivo Azogues, es un joven esmeraldeño de 22 años de edad, quien dio sus primeros pasos del fútbol en su ciudad natal, donde el Emelec S.C., le abrió las puertas para que demuestre su categoría.

Nació en la provincia de Esmeraldas el 19 de febrero de 1990 y en la actualidad es uno de los baluartes que tiene el equipo guacamayo, puesto que fue uno de los

jugadores más antiguos que tiene el club, es por eso que la hinchada le ha llegado a apreciar mucho, porque a pesar de todos los problemas económicos en los que se ha visto inmerso el Azogues, él siempre ha respetado ese apoyo brindado por los dirigentes, quienes le contrataron y se convirtieron en el segundo equipo en su trayectoria futbolera.

Ortiz debutó en el fútbol en el 2004, en el Emelec de Esmeraldas, pero tres años después pisaría la provincia del Cañar, para integrar las filas de la Federación Deportiva, en donde se quedaría hasta la actualidad, por lo que se podría decir que es una creación de la cantera del cuadro guacamayo.

Según cuenta Ortiz, durante sus primeras incursiones en el fútbol, él era delantero, ya que por sus características físicas y al tener una buena corrida, era un excelente delantero, posición que luego la cambió por los tres postes, puesto que aduce que le agrada el lanzarse y poder atajar la pelota, con lo que ahoga el grito de gol de los delanteros, así como hacían con él cuando ataca las vallas contrarias.

Lamentablemente indica que nunca tuvo la dicha de ser el compañero de José Francisco Cevallos, ex arquero del Deportivo Azogues, y quien lo llevó a la gloria al equipo, pero asegura que sí ha recogido todas las enseñanzas que ha podido escuchar de él, para ser cada día mejor en el arco; además cuenta que tuvo la oportunidad de entrenar con Jacinto Espinoza, también arquero del Azogues, de

quien aprendió varias técnicas y la habilidad de hablar y organizar el equipo desde atrás, con lo que puede dar seguridad a sus compañeros en la cancha.

Con todo el apoyo que ha recibido de su familia, indica que entre sus varios sueños profesionales, el primero es ubicar al Deportivo Azogues en la primera categoría del fútbol ecuatoriano, que sería la primera ocasión en la que él llegue a debutar en el fútbol de privilegio y luego ser llamado por otros equipos, donde pueda demostrar aún más su clase y que llegar a jugar en el exterior. Asimismo comenta que es muy apegado a la religión, por lo que antes de ingresar a la cancha de juego pide a Dios que le bendiga y que todo salga muy bien, y, que a pesar de que hay tres resultados en el fútbol, le pide ganar, como siempre lo ha hecho en su vida. (EFC)

4.1.4. EL ECUAVOLEY, UN DEPORTE QUE PERDURA EN EL TIEMPO

El ecuavoley, conocido también como el vóley de los pobres, es una modalidad del vóleibol internacional, el cual fue creado en nuestro país.

Lo que se dice por parte de las personas que tienen varios años practicándolo, es que durante algunos años, aunque de forma aficionada, siempre se lo practicaba como deporte de barrio.

En el Ecuador, la ciudad de Quito junto con Cuenca desarrollaron y crearon definitivamente esta nueva modalidad deportiva del vóleibol. Es por eso que luego

de la práctica, este deporte se extendería por las demás provincias, lo que también es atribuido a las distintas migraciones, llegando a hacerlo conocido.

Esto ha permitido que en la provincia del Cañar también se desarrolle este deporte, el cual a decir de Susana Paladines, jefa del Departamento Metodológico de la Federación Estudiantil Deportiva del Cañar, tiene varios años de práctica, por estudiantes de los diferentes colegios, por lo que se han creado campeonatos, los cuales intentan que el ecuavoley no se pierda y que continúe tal y como se lo hacía en tiempos de antaño, donde las personas que ahora son de edad, dejaban en alto el nombre de la ciudad y de la provincia en torneos que se llevaban a cabo en la hermana Azuay. De allí que ven necesario el masificar este deporte en el ámbito estudiantil, ya que el horario no les permite que se lo practique fuera del colegio. Esto asegura la dirigente, se debe a la tecnología, que impide que los jóvenes tengan una vida activa deportivamente hablando, es por eso que se lo consideran una lucha por parte de ellos, lo que ha sido muy acogido por los colegiales, quienes entregan todo de sí para dejar en alto el nombre de cada uno de los colegios a los que representan. (EFC)

LOS COLEGIOS SE HAN TOMADO ESTE TRADICIONAL DEPORTE, CON LO QUE SE PRETENDE NO DESAPARECER ESTA CULTURA ECUATORIANA

En la provincia del Cañar y específicamente en Azogues, la Federación Deportiva Estudiantil del Cañar desde el año 2004 instituyó el Campeonato Intercolegial de Ecuavoley, donde estudiantes son apoyados por sus compañeros, quienes

gestionan los permisos con sus autoridades para apoyar a sus seis compañeros y su entrenador.

El escenario deportivo donde se desarrolla este deporte es en las canchas del Coliseo Mayor de Deportes Eduardo Rivas Ayora, las cuales permiten que la ciudadanía en general pueda observar los partidos donde la adrenalina es uno de los químicos que más segrega este torneo, ya sea cuando está a punto de caer la pelota y prácticamente el colocador la saca del piso, lo que da lugar a los gritos y aplausos de la hinchada o cuando el servidor no deja caer la “chiquita” como se la conoce a la colocación del rival, cuando este envía la pelota apegadas a la red.

A nivel de los ministerios del Deporte y de Educación, se ha permitido que colegios de otros cantones como Biblián y Déleg, que integran la Zona 1 de Educación, participen del torneo, llegando a sumar 14 equipos.

Como en todo deporte, existen los colegios favoritos, como es el Instituto Técnico Superior Luis Rogerio González, donde varios años han sido campeones, por lo que se augura que en esta edición no sea la excepción, por la participación que tiene hasta el momento. (EFC)

4.1.5. LA ESCALADA, UN DEPORTE QUE NO DA LUGAR AL VÉRTIGO

El deporte de la escalada, es una actividad donde corre demasiada adrenalina, donde el vértigo no puede existir, ya que el solo hecho de regresar a ver hacia

atrás, es algo que puede llegar a sacrificar una vida, la de un deportista que necesita demasiada concentración, según nos cuenta José Gabriel Delgado Navas, quien es un ícono en la provincia del Cañar, puesto que tiene varios logros en su haber, como son los campeonatos nacionales como panamericanos, sudamericano, latinoamericano y llegando a ocupar el quinto puesto a nivel mundial de escalada deportiva, con lo cual ha dejado en alto el nombre de la provincia.

Si bien este deporte se lo practica en un muro de escalada, el cual es una pared artificial que da la apariencia de roca natural, existen muros que son fabricados en materiales como resina con fibra de vidrio y madera.

La ventaja que permiten estos muros, es que son fáciles de instalar en casi cualquier lugar ya sea en interior o exterior. El ancho y largo va a depender del diseño para cada bloque del muro.

Aunque parezca que este deporte solo implica subir una montaña o un muro artificial, el deportista azogueño nos comenta que existen muchas técnicas de escaladas o movimientos técnicos, principalmente están divididos en: Técnicas de agarre, forma de tomar los agarres con las manos; técnicas de desplazamiento, formas de desplazarse en la ruta; y las técnicas de impulso, forma de usar los pies para impulsar el movimiento.

Lo que más le duele a Delgado, es que por inconvenientes políticos se haya perdido el deporte de la escalada en la ciudad de Azogues, donde se contaba con una buena cantera de deportistas, quienes a pesar de haber tenido poco tiempo en la práctica de esta actividad, ya cosecharon varios logros importantes a nivel nacional e internacional.

Es por eso que el escalador asegura que ahora solo les queda el cerro Cojitambo, que es una de las tres montañas sagradas para los cañaris, la cual está ubicada a 20 minutos de Azogues a una altura de 2.900 msnm., zona de escalada que recibió sus primeros ascensos hace ya más de 25 años.

Actualmente el sector cuenta con 60 vías equipadas que difieren en dificultad y estilo; sin embargo es necesario tener precaución con las clavijas que se encuentren en algunas vías y chequear su estado antes de empezar la escalada.

Es por eso que el deportista pide a las autoridades que exploten este lugar, el único espacio que les queda a los escaladores cañarenses para continuar con esta actividad, la misma que es muy valorada por turistas extranjeros y nacionales, pero poco por los locales. De allí que Delgado espera que se haga realidad lo que ofreció el presidente Correa, quien detalló que el plan que se implementará en un máximo de seis meses consiste que el Ministerio de Turismo construya complejos recreacionales donde los escaladores nacionales y extranjeros vayan abriendo rutas para la escalada. (EFC)

4.2. Diseño

Hablar de diseño hace referencia a la delimitación de un objeto, edificio, figura, folleto, revistas, periódicos, entre otros; descripción o bosquejo de algo, de acuerdo a los datos obtenidos de la RAE. También es hacer comunicación.

Por otro lado anotamos que el diseño consiste en asignar funciones a los objetos que tenemos a nuestra disposición, así se convierte en un acto de imaginación y creatividad, ya sean textos, fotografías, gráficos, colores, formas, dibujos, etc.; con la finalidad de transmitir un mensaje visual.

Antes el diseño era considerado como un proceso de embellecimiento y lujo y esto producía un periódico o una revista confusa donde los adornos estropeaban el mensaje. Ahora la función del diseño es presentar información de forma ordenada y comprensible.

El diseño es parte del periodismo y la comunicación, por ello es importante la relación del diseñador, periodistas y comunicadores sociales, ya que no se puede comenzar el diseño si no existe el contenido; estos dos elementos deben compartir la idea sobre lo que se comunica y a quién se comunica.

Para realizar un trabajo en este campo, el diseñador debe contar con todos los materiales adecuados y necesarios para cumplir con su objetivo o proyecto en mente.

Los primeros elementos a considerarse en cualquier diseño son la forma, el formato y el tamaño del soporte o papel en blanco donde se vaya a plasmar el trabajo, este dependerá de la finalidad que deseamos con el impreso.

La tipografía es un elemento importante, después vienen los aspectos procedimentales, que consiste en dar formato tipográfico a un documento. Con estas acciones el receptor cumplirá una lectura atenta.

Para diseñar un impreso es necesario tomar en cuenta varios aspectos, que son de total importancia para obtener un producto final y para ello hay que considerar lo siguiente:

Qué clase de pieza vamos a trabajar, si es un afiche, cartilla, volante, periódico, revista, suplemento; si es esta última, saber el tamaño y número de páginas a ser trabajadas, tipo, tamaño de letras, que hace referencia al formato; si utilizaremos fotografías o dibujos, tamaños, colores, cantidad, etc.

Con todo estos requisitos se está pensando en quién es nuestro receptor, si lee, si le gusta leer, qué colores usa, que formas existen en su entorno; si conocemos al receptor, qué queremos contarle, si le interesa el tema, todos estos aspectos son valiosísimos para iniciar con nuestro trabajo de diseño.

“Con estos elementos, diseñamos dándole una función a cada objeto que tenemos a nuestra disposición como: los textos, fotografías, dibujos, avisos, entre otros, con los objetos disponibles creamos un objeto distinto que antes, por ello el diseño es un acto de creación”⁴⁵

El objetivo de un diseño gráfico es el mensaje visual que comunica y su efectividad depende de la elección que se haga de los elementos gráficos y sus combinaciones.

4.2.1. Elementos del diseño

En el diseño gráfico intervienen varios elementos que son de total importancia para su desarrollo y que deben ser combinados de forma adecuada para lograr el objetivo que hace referencia a la comunicación.

⁴⁵ GERBALDO, Judith, Medios y organizaciones sociales y producción de realidad, Cecopal, Córdoba-Argentina, 2001

4.2.1.1. Soporte.- Es la base sobre la cual disponen los demás elementos, es decir el papel o cualquier otra superficie en la que diseñamos, donde el trabajo debe ser ejecutado con total creatividad y sobre todo utilizando todas las herramientas para un diseño dentro de un programa en su computadora.

4.2.1.2. Signos.- Se considera signos a las letras, colores, líneas, texturas, tonos y los espacios vacíos. La tipografía se refiere a todos los elementos gráficos que conforman un texto y que dan información sobre él. Además se refiere al buen uso y manejo tipográfico de las letras, acentos ortográficos y los signos de puntuación.

4.2.1.3. Mensaje.- Es considerada la parte esencial y es lo que justifica y motiva toda actividad del diseño; a su alrededor debe organizarse todo lo demás. Tener en claro que es lo que queremos transmitir al público al que va dirigido y la temática por desarrollarse.

4.2.1.4. Forma.- Hace referencia al modo de estructurarse, disponer y organizar todo en conjunto, en el que intervienen el conocimiento de las técnicas de diseño, la audacia, la imaginación y sensibilidad del diseñador. Además es el tratamiento que se le da al diseño, la creatividad y el ingenio del diseñador.

4.3. Diagramación

Cuando se habla de diagramación se hace referencia a la parte visual de un impreso; es decir, al proceso de reunir, de una manera orgánica y armónica, los textos e imágenes que pretenden ser entregados al lector. De esto se encarga el departamento de diseño del periódico.

Este trabajo llega a ser una de las partes más importantes dentro de los medios impresos, donde se debe elaborar con total profesionalismo y de esa manera transmitir al perceptor el mensaje adecuado con el medio que se imprimirá.

“El diseño y la diagramación son actos de creación y son los últimos pasos de un diagnóstico y de una estrategia comunicativa, mismos que se convierten a la vez en un acto de comunicación y creación”⁴⁶, lo plantea Ana María La Linde Posada, en una de sus obras.

Para el accionar existen reglas, pero lo más importante es la imaginación, capacidad y creatividad de la persona que decide trabajar en el diseño y diagramación, ya que de una u otra manera esta actividad se convierte en un arte.

⁴⁶ LA LINDE POSADA, Ana María, Tiempo para el diseño y la diagramación, OCIC-AL, UCLAP ONDA-AL, 1997, Quito.

Según la autora antes mencionada recalca que en el momento de diseñar se pone en juego varios aspectos:

- Conocimientos sobre el arte de diseñar y diagramar
- Gustos por la vida
- Nuestra propia historia
- La mirada, por cuanto cada persona tiene su forma de ver al mundo
- La sensibilidad hacia los demás
- Sentido del orden y nuestro pensamiento lógico
- Habilidad manual y visual, puede ser aprendido
- Deseos de contar algo
- Nuestro sentido pedagógico, como comunicadores y cuál es la tarea que debemos cumplir y reflejar en nuestro trabajo.
- El sentido lúdico; el diseño se convierte en un juego divertido
- La imaginación que tenemos y los sueños
- El sentido de la economía y la distribución de recursos
- Nuestro manejo del tiempo
- La tolerancia con los demás y nosotros mismos.
- Nuestra capacidad de negociación (cualquier estrategia comunicativa es una tarea colectiva y de equipo)
- Capacidad de llegar y organizar el trabajo
- Nuestro sentido de las prioridades

Todos estos aspectos importantes se denotan al final de nuestro trabajo, cuando lo presentemos ante el público.

4.3.1. Diagramación para medios impresos

La diagramación es una fase aparentemente sencilla, pero su complejidad radica en que de ella depende que haya una fácil lectura, que el cuerpo del texto sea correcto y proporcionado, que las imágenes sean comprensibles y concuerden con el texto o la información que están apoyando, etc. Los encargados de esto son los diseñadores, quienes, por lo general, se encargan de tareas o secciones específicas, siguiendo, eso sí, las directrices generales dadas por un diseñador jefe, que es quien da unidad visual y estilística al periódico para que éste se distinga claramente de los otros.

En el momento de llevar a cabo la diagramación, hay que tener en cuenta cuestiones como la caja tipográfica, la paginación, el cabezote, los títulos, los subtítulos, la fuente (letra) y su tamaño, los espacios, las gráficas, las fotos, las ilustraciones y la fecha del periódico, entre otras cosas. Cuando un periódico ya tiene claramente definida la manera en que resuelve las anteriores cuestiones, generalmente hace uso de plantillas para facilitar el trabajo y para mantener una unidad visual y de estilo en todas y cada una de sus ediciones.

Por último, vale decir que es en la diagramación donde se puede lograr que un impreso sea llamativo a primera vista, o que resulte siendo un texto que no invita a ser leído.

El diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión), prensa (impresión) y post-prensa (acabados). Sin embargo, usualmente todo el aspecto gráfico de la actividad editorial y periodística se conoce por el término maquetación.

En el caso de un diario, la maquetación sigue los objetivos y líneas gráficas y editoriales de ese impreso. Las principales líneas editoriales para la maquetación de un diario incluyen la jerarquización de los artículos por orden de importancia. Las consideraciones gráficas incluyen legibilidad e incorporación balanceada y no obstructiva de los anuncios publicitarios.

La edición incorpora principios del diseño gráfico que, a su vez, es una profesión independiente o presente en licenciaturas relacionadas con el diseño, más allá de ser una disciplina que hace parte del currículo de profesiones como el periodismo, la publicidad y algunos cursos de arquitectura en universidades y facultades.

4.4. Maquetación

A través del tiempo, diferentes avances en tecnologías de impresión, diseño gráfico y patrones editoriales llevaron a cabo, cambios y mejoras en el formato y legibilidad de los diarios. Los medios impresos del siglo XIX generalmente tenían un área atiborrada de texto, usualmente dispuesta verticalmente, con múltiples titulares para cada artículo. Algunas de las mismas limitaciones tecnológicas persistieron hasta el advenimiento de nuevas tecnologías como la fotocomposición, la tipografía digital y la edición electrónica, a partir de la segunda mitad del siglo XX. Entre los cambios se encuentran:

- Menos artículos por cada página.
- Menos y más grandes titulares.
- Módulos, o squaring off de artículos y paquetes de material relacionado. Los módulos evitan lo que muchos maquetadores llaman «rodillas» (en inglés, doglegs) o disposiciones en formato de «L».
- Anchos de columna más estandarizadas.
- Tipologías más estandarizadas.
- Más arte, elementos no verbales, generalmente fotos, pero incluyendo aún publicidad o boxes para artículos de entretenimiento (features).

- Más espacio en blanco, llamados blancos (en inglés, air). Un área con muy poco espacio en blanco es llamado tight, y con mucho blanco es llamado loose.

Para maquetar el contenido editorial, la actividad de maquetación necesita trabajar con elementos gráficos (categorías de contenido visual) y aspectos (variables que pueden modificar el resultado final).

4.4.1. Elementos en el proceso de maquetación

- **Texto:** Es el tipo en que será impreso el contenido principal del impreso ya sea libro o publicación periódica (artículos, columnas, crónicas, editoriales, cartas etc.). La masa de texto acostumbra llenar más de la mitad de toda la mancha gráfica del periódico y debe ser delimitada por los otros elementos. Un formato común para el cuerpo de texto en periódicos es el tipo serifado, con cuerpo (tamaño) 12 puntos.
- **Títulos o titulares:** Desde el titular de la primera página, hasta los titulares menores de artículos. Son subdivididos en:
 - **Subtítulos o subtulares:** Colocados abajo de la titular principal, complementan la información e incitan a leer el texto.
 - **Antetítulos o antetitulares:** Colocados arriba de la titular principal, complementan la información e incitan a leer el texto.

- **Intertítulos, intertitulares o quiebras:** Colocados en el medio del texto, para seccionarlo y facilitar la comprensión.
- **Destacados u ojos:** Colocados en el medio de la masa de texto, entre columnas, para resaltar trechos y sustituir quiebras; son muy utilizados en entrevistas.
- **Fotos:** Fotografías, que en los diarios y revistas siempre vienen acompañadas por pie de fotos descriptivos y el crédito del fotógrafo.
- **Arte:** Lo que se llama arte en maquetación son imágenes producidas para ilustrar o complementar visualmente la información del texto. Pueden ser:
 - **Infografías:** Que incluyen mapas, gráficos estadísticos, secuenciales y esquemas visuales;
 - **Caricaturas:** Dibujos generalmente satíricos con personajes del noticiero.
 - **Ilustraciones:** Todo tipo de dibujo ilustrativo para el texto periodístico.
 - **Viñetas:** Mini-titulares que marcan un tema o asunto recurrente o destacado; pueden incluir mini-ilustraciones y generalmente vienen arriba de la titular del artículo o en el alto de la página.
 - **Boxes o caja:** Un box es un espacio gráficamente delimitado que usualmente incluye un texto explicativo o sobre el asunto relacionado al artículo principal.

- **Hilos:** Existen para separar elementos que, por algún motivo, pueden ser confundidos.
- **Encabezado y pie:** Marcan la cumbre y la base de la página, respectivamente, incluyendo marcas básicas como nombre del periódico, editorial, fecha, número de la edición y número de la página; cuando es usado en la primera página, la cabecera incluye aún la marca del diario, precio y algunos nombres del equipo periodístico (presidente, director, editor-jefe).
- **Espacios para publicidad:** Único elemento de contenido no-editorial de la maquetación, producido por el equipo comercial

Los aspectos que determinan la composición de estos elementos en la página son, entre otros:

- **Número de columnas:** La distribución del texto en columnas verticales de tamaño regular, espaciadas y válidas para encajar los elementos. Actualmente, el patrón en diarios estándar es la división en 6 columnas, pero el uso de 8 columnas ha sido predominante.
- **Color:** Uso de colores y matices en periodismo, que confiere sentido y modifica el mensaje, muchas veces sutilmente; hasta mediados del siglo XX, los diarios de gran circulación no utilizaban impresión en colores, dependiendo de la escala de grises para matizar sus elementos.

- **Espaciamiento:** Interlínea, entre columnas y entre cada elemento gráfico.
- **Tipología:** Variedad y tipos de fuentes tipográficas utilizadas.

4.5. Suplemento Deportivo

Este suplemento deportivo ha tenido como objetivo dar a conocer las jornadas que se viven en el deporte, tanto fuera como dentro de la cancha, es por eso que se ha decidido nombrarle como “Jornada Deportiva”.

En la portada tenemos un diseño en el que prevalece lo gráfico, es decir, la ilustración fotográfica será la encargada en atraer a sus lectores, para que quienes observen por primera vez el suplemento, les llame la atención y así se interesen por el producto visual. Adicional a esto, se ha trabajado en la colocación de tres avances de lo que contendrá el suplemento, lo que permitirá que se detalle de manera muy corta la noticia que se desarrollará en las páginas que tienen señaladas, por supuesto que solo se pondría lo más relevante, para resaltar la información.

En la parte inferior se ha colocado el nombre del suplemento, con colores alusivos a los de la bandera de la provincia del Cañar y con un estilo súper dinámico que quise colocar.

Asimismo, como parte fundamental de la portada, se colocó la fecha de circulación, con lo que se dará orientación a los lectores.

SÁBADO, 29 SEPTIEMBRE 2012

ENTERATE DE TODO LO QUE SE VIVE EN EL BARRABÁS 2012, EL MEJOR INDOR. >> P-3

Quieres saber más de la escalada en la provincia del Cañar, un deporte que sus autoridades no permitieron que obtenga más frutos positivos. >> P-8

Conoce la vida de Pedro Ortiz, un arquero que ha dado su juventud a un equipo que siempre lo valoró y que ahora le da la oportunidad de triunfar. >> P-6

JORNADA

DEPORTIVA
DEPORTIVA

En la segunda página, se colocó el editorial, un espacio donde también se ha integrado el índice, para que no ocupe demasiado espacio, ya que el suplemento cuenta con ocho páginas y hay que aprovechar lo máximo para entregar información y reportajes.

El colocar la fotografía del responsable de este producto, así como su firma en la parte inferior, es algo que da una impresión de seguridad y confianza a los lectores, puesto que conocen quién es la persona que realiza el producto y así les permitirá sentirse en confianza cuando lean los reportajes. De la misma manera, se colocó los créditos.

Para complementar el índice, se colocó una foto en miniatura de las actividades que se desarrollaron en el suplemento, como parte de una pequeña demostración de lo que disfrutarán al leer el suplemento.

Como añadidura a esta página, tenemos unas barras verticales, las cuales tratan de dar sobriedad y seguridad sobre el producto, para que los lectores no duden en dejar de leer el suplemento. También toda esta página se la ha pensado enviar con un fondo blanco, lo que permita transmitir transparencia y veracidad en la información emitida.

editorial

**UN SUEÑO QUE SE
HIZO REALIDAD**

Esta revista viene de un sueño que se forjó en una aula de la Universidad Politécnica Salesiana, la cual se vio como una meta difícil de cumplir, pero con el esfuerzo dedicado cada día se plasmó en ocho páginas, las cuales espero que de a poco se incrementen con el objetivo de informar de más disciplinas a los amantes del deporte. Lo que se pretende con este producto visual, es que los cañerenses puedan disfrutar de una información hecha a profundidad que en otros medios de comunicación no la podrán encontrar, buscando de esta manera satisfacer al lector con las experiencias que se vive dentro y fuera de las canchas y con los protagonistas. Al saber que el Rey de los Deportes es unos de los temas más fuertes y de mayor interés hemos dedicado una sección especial al equipo que ha movido masas en la provincia y aún más en la capital cañerense, el Deportivo Azogues.



EDISON FLORES C.

**JORNADA
DEPORTIVA**

2

EDISON FLORES CUEVA
DIRECTOR EDITORIAL

CIRCULACIÓN:
DIARIO PORTADA



INDOR

3

FÚTBOL

4-5

PERFIL

6

ECUAVOLEY

7

ESCALADA

8

En la página 3 consta la sección de indor, deporte que es seguido por los cañarenses, quienes dejan sus actividades para observar este deporte, es por eso que quiero entregar en esta página todo lo que ellos saben, pero que nadie les da.

Ya como recursos gráficos utilizados, se ubicó tres fotografías, las cuales prácticamente expresan sobre la realidad del reportaje y van en orden de lectura de todas las personas, de izquierda a derecha, de similares tamaños y con una central que tenga un plano general. Todo esto acompañado de un fondo rojo degradado, para que no haya un choque en con las letras y sea de fácil lectura.

Los fondos para los pies de fotos son de color verde, ya que ese es el color de la capital del Cañar y traerá agrado a la vista de quienes tendrán en sus manos este producto.

SÁBADO, 29 SEPTIEMBRE 2012

INDOR

EL TORNEO BARRABÁS, EL MEJOR ESPECTÁCULO PARA LOS INDORISTAS



Partido del Campeonato Barrabas 2012
Borreros (Blancos) vs. Botados (Amarillos) Foto: Edison Flores.

El viernes 3 de agosto, en horas de la noche, en la cancha de la Escuela Emilio Abad, por un año más se inauguró el XXXII Torneo de indor Aki-Jorge Andrade Lozano, que es organizado por el club Barrabás. Este evento deportivo que siempre ha tenido la buena acogida de los mejores equipos de indor de la capital cañarense, en esta ocasión tuvo la participación de 13 equipos, entre ellos Marcial Guillen, Estudiantes, Botados, Primos, L.V.A, Halcones, C.S.C, Cor-Serr, L.D.S, Javier Loyola, Fufis, Borrero y Olimpico Bombers. De a poco se han desarrollado los cotejos, los cuales como ha ido avanzando el campeonato, se han vuelto mejores, por lo que los espectadores cada noche llenan más el escenario deportivo de este torneo.



Hinchas en los graderios de la Escuela Emilio Abad esperan emocionados que los cotejos den inicio. Foto: Edison Flores.

Gritos, risas, desesperación, y hasta lágrimas, son las emociones que recorren los graderios de esta escuela, escenario donde todas las noches se disputan los encuentros de indor fútbol. En esta ocasión la edición del año 2012, donde han llegado los mejores indoristas unidos en equipos que buscan beber la gloria de la Copa que entregan los auspiciantes. Así como en la cancha, en los graderios se vive otro encuentro, donde las barras gritan y animan a sus equipos, con el objetivo de que se hagan de la victoria. Cánticos, silbos y aplausos, todo se vale en el Barrabás; así como no existe distinción entre funcionarios públicos o gente de bajos recursos económicos, ya que todos se unen para alentar a su equipo. En la cancha se origina sudor, adrenalina y un sin fin de nervios, que es lo que han asegurado vivir los deportistas, quienes cuando ingresan al campo de juego, al igual que

los futbolistas profesionales, se persigan para que el Ser Supremo los ayude en su encuentro, el cual si lo ganan es aplaudido, caso contrario es abucheado por los aficionados que se han acostumbrado a recibir victorias. Cuando el árbitro da el pitazo inicial, empiezan las verdaderas emociones, todos luchando por meter un gol, de allí que se producen los roces entre los jugadores, los cuales incluso han dejando sangre en el asfalto del que está construida la cancha de la Escuela Emilio Abad, producto de los codazos o faltas groseras que realizan los rivales. De esta manera se vive el indor Barrabás 2012 en la ciudad de Azogues, donde prácticamente todo se paraliza para ver jugar a los equipos que han ganado trayectoria en este torneo, el mismo que asegura que tendrá vida hasta que ya no quede un solo hincha de indor en la provincia, ya que cuenta con equipos de otros cantones vecinos como Déleg, Biblián y Cañar. (EFC)



Sorteo de la cancha drigido por el arbitro central. Foto: Edison Flores.

3

Las páginas 4 y 5 han sido asignadas para el fútbol, en esta primera edición se integró al equipo más representativo de la provincia, el Deportivo Azogues.

Lo que no va a variar será la diagramación y maquetación, puesto que siempre esta sección va a ser en las dos páginas, para brindar la información más importante.

Se ha utilizado una foto grande en la parte superior, que ocupe todas las dos páginas, con un título que cubra la foto, para dejar en la parte inferior el texto, la cual como lo hicimos para esta ocasión podríamos colocar una foto relacionada con el reportaje y de lo que también se hable en el mismo.

Como fondo se ha colocado una foto de igual manera relacionada con la nota, pero con una transparencia ligera, para que no haya confusión con el texto y su lectura sea fácil.

FÚTBOL



4

ENTRENAMIENTO DEL DEPORTIVO AZOGUES EN EL ESTADIO JORGE ANDRADE CÁNTOS, CON MIRÁ A SU PARTIDO DE VISITANTE CON EL

El Deportivo Azogues, un equipo que nació de nada más que las ganas y el civismo de ciertas autoridades cantonales, quienes pusieron todo de sí para que este equipo llegue a la Segunda Categoría del Fútbol Ecuatoriano, acción que sería el primer paso de muchos logros que consiguieron en tan poco tiempo, lo que permitió a la hinchada confiar en esta oncena que luego daría un salto muy grande de victoria y reconocimiento. Además fue una necesidad que tuvo la ciudad por contar con un equipo profesional, tomando en cuenta que años atrás al 2005, se hablaba de que la provincia del Cañar tenía la representación en la Federación Ecuatoriana de Fútbol, FEF, lo que significaba un voto a través de la Asociación de Fútbol Profesional del Cañar, AFCA, y por comentarios de varios cañarenses, quienes decían

que no era justo que se tenga un voto y no se pueda poner a un equipo que les simbolice. Uno de los temas más preocupantes que tenía este club era el presupuesto, para lo cual fue necesario crear una comisión, la cual llegó al acuerdo de que los ingresos que tendría el Azogues provendrían de las aportaciones de los socios y de la publicidad que se venda con el club. Siendo así y con algo de fundamentos sobre lo que iba a tener las arcas del equipo, se planteó un presupuesto mensual de 20.000 dólares y por temporada 80.000 dólares, con un buen futuro, ya que se pensaba que podría llegar a border los 120.000 dólares, a tan solo seis meses. Fue vital el aporte de todos los miembros del directorio, como fue el conseguir recursos con la venta de adhesivos, camisetas y gorras en toda la ciudad. Si bien se quería obtener un buen director técnico para el

equipo guacamayo, no se sabía quién podría llegar a Azogues a dirigir al recién creado equipo de fútbol. Fue para el 20 de mayo del 2005, cuando se reunieron directivos y decidieron contratar a Janio Pinto, originario de Brasil, técnico que posteriormente elegiría a los jugadores que pasaron las pruebas físicas, quienes tenían la aspiración de triunfar en este elenco, los mismos que haría que ese equipo cambie la historia del fútbol cañareño. La primera selección con la que contó el Deportivo Azogues se trató de: Eder Moreira Cedeño, Luis Montaña, José Luis Rentería Olmedo, Wellington Nazareno Arroyo, Carlos Castillo, Carlos Porozo, Armando Angulo, Juan Sánchez, Wilson Pérez, Jorge Castillo, Derrnis Cañizares, Stalin Bolaños, Vladimir Montaña Díaz, Fabricio Corozo, Luis Alberto Caicedo Mina, Daniel Mina; los azogueses: Juan Carlos Macías

Cárdenas, Johnny Gallejos Parra, Richard Matute Cárdenas y Luis Urgilés. El Profesor Janio Pinto, de nacionalidad brasileña, siempre fue recordado en la ciudad de Azogues, porque bajo su dirección técnica, el equipo guacamayo hizo historia en el fútbol ecuatoriano desde el 2005. Al frente del equipo ganó el Torneo de Segunda Categoría en el 2005; ascendió a la Serie B del fútbol profesional en el 2006 y subió a la Serie de privilegio del fútbol profesional ecuatoriano en el 2007. A mediados de la temporada del 2012, retoma el reto de animar a un equipo azogueño y ponerlo en posiciones estelares del campeonato nacional de la Serie B. En la actualidad la alineación con la que cuenta el equipo guacamayo es: Israel Álvarez, Marlon Díaz, Pedro Ortiz, Lenin Castillo, Walter Farinango, Mauri-



EQUIPO PORTENO RIVER PLATE. Foto: Edison Flores.

cio Rodríguez, Jefferson Nazareno, Edgar Quiñonez, Efrén Proaño, Marlon Perlaza, Jorge L. Yépez, Miguel Flores, Sebastián Ruiz, Jamil Quezada, Raúl Alvarado, José Granda, Jorge Góngora, Rafael Manosalvas, Pablo Arévalo, Boris Zaraguro, Jhony Castro, Alexis Palacios, David Reascos, Pablo Ochoa, Cristian Vivas y Diego Ávila. Ahora, a decir de de Pinto, es un reto el cual se está formando con la dedicación de los jugadores, quienes se han comprometido en salir adelante y demostrar que lo que una vez se cumplió por una plantilla diferente, lo podrán hacer con esta, ya que además de tener profesionales experimentados en el equipo, también cuentan con jugadores de la cantera del Azogues, que fue lo que no tenían en ese entonces en el 2005, cuando tuvieron que traer a varios juga-

dores de la costa ecuatoriana para que representen un equipo del Austro del país.

Varias vicisitudes han tenido que afrontar en esta media temporada en la que está a cargo el DT. brasileño, ya que a decir de él, ya no se cuenta con los mismos recursos económicos que se tenían en la anterior participación de él en este equipo, y, asegura que esa es una de las razones por las cuales se encuentran en la Serie B, puesto que no hay presupuesto para trabajar con jugadores que aporten al club. Asimismo, Pinto da a conocer que se ha encariñado tanto con esta ciudad y con el equipo, que a pesar de que él sabía que el Azogues no tenía una base económica sólida para respaldar un proyecto que los lleve a la Serie A, él apuesta porque se reviva lo que sucedió en el 2005. (EFC)

PINTO, EL CREADOR DE LA GLORIA PARA EL AZOGUES



Janio Pinto, director técnico del Deportivo Azogues. Foto: Edison Flores.

5

En la página 6 aparece la sección perfil, donde un deportista, el más representativo del momento pueda contarnos su vida, con el objetivo de que la gente conozca a ese ser humano que se viste con la camiseta de la provincia o de la ciudad y la representa con el corazón.

Para esta diagramación, se utiliza el silueteado, lo que da más interactividad al lector, puesto que el texto coge la forma de ese personaje.

En la parte superior, y como sería lo lógico, una foto que ocupe toda la página, donde detalle lo que mejor sabe hacer el deportista. La entrevista permitirá que los aficionados valoren aún más su trabajo. Todo esto acompañado con un fondo rojo, con el mismo tratamiento que en la página 3 permitirá que se jueguen con los colores de la provincia.

PEDRO ORTIZ, UN ARQUERO Y SU PASIÓN POR LA CAMISETA GUACAMAYA



Pedro Ortiz, arquero del Deportivo Azogues, haciendo lo que más le gusta, atajando tiros. Foto: Edison Flores.

UNA VIDA RESGUARDANDO LAS MALLAS AZOGUEÑAS

6 Pedro Ortiz, arquero del Deportivo Azogues, es un joven esmeraldeño de 22 años de edad, quien dio sus primeros pasos del fútbol en su ciudad natal, donde el Emelec S.C., le abrió las puertas para que demuestre su categoría. Nació en la provincia verde el 19 de febrero de 1990 y en la actualidad es uno de los baluartes que tiene el equipo guacamayo, puesto que fue uno de los jugadores más antiguos que tiene el club, es por eso que la hinchada le ha llegado a apreciar mucho, porque a pesar de todos los problemas económicos en los que se ha visto inmerso el Azogues, él siempre ha respetado ese apoyo brindado por los dirigentes, quienes le contrataron y se convirtieron en el segundo equipo en su trayectoria futbolera. Ortiz debutó en el fútbol en el 2004, en el Emelec de Esmeraldas, pero tres años después pisaría la provincia del Cañar, para integrar las filas de la Federación Deportiva, en donde se quedaría hasta la actualidad, por

lo que se podría decir que es una creación de la cantera del cuadro guacamayo. Según cuenta Ortiz, en sus primeras incursiones al fútbol, él era delantero, ya que por sus características físicas y al tener una buena corrida, era un excelente delantero, posición que luego la cambió por los tres postes, puesto que aduce que le agrada el lanzarse y poder atajar la pelota, con lo que ahoga el grito de gol de los delanteros, así como hacían con él cuando atacan las vallas contrarias.

Lamentablemente indica que nunca tuvo la dicha de ser el compañero

de José Francisco Cevallos, ex arquero del Deportivo Azogues, y quien lo llevó a la gloria al Azogues, pero asegura que si ha recogido todas las enseñanzas que ha podido escuchar de él, para ser cada día mejor en el arco; además

cuenta que tuvo la oportunidad de entrenar con Jacinto Espinoza, también arquero del Azogues, de quien sí aprendió varias técnicas y la habilidad de hablar y organizar el equipo desde atrás, con lo que puede dar seguridad a sus compañeros en la cancha. Con todo el apoyo que ha recibido de su familia, indica que entre sus varios sueños profesionales, el primero es ubicar al Deportivo Azogues en la primera categoría del fútbol ecuatoriano, que sería la primera ocasión en la que él llegue a debutar en el fútbol de privilegio y luego ser llamado por otros equipos, donde pueda demostrar aún más su clase y que llegar a jugar en el exterior. Asimismo comenta que es muy apegado a la religión, por lo que antes de ingresar a la cancha de juego pide a Dios que le bendiga y que todo salga muy bien, y, que a pesar de que hay tres resultados en el fútbol, le pide ganar, como siempre lo ha hecho en su vida. (EFC)



Para la penúltima página, se ha visto necesario darle importancia a un deporte que es muy tradicional en el Ecuador, como es el Ecuavoley, visto desde un ángulo diferente, que es el del rescate de esta disciplina; para eso vamos a manejar similares características que se han vuelto algo tradicional para este suplemento, como es la fotografía grande en la parte superior. Debajo del título, el cual habla más que de un resultado, irá lo que se vive en los deportes.

En la parte inferior se ha dispuesto que vaya algo relacionado con el reportaje de la parte superior, pero con otros datos relevantes, que expliquen la situación actual de los campeonatos que se desarrollan en esta disciplina deportiva, la misma que siempre irá acompañada de una fotografía acorde con el tamaño del texto que vaya a ser inserto en esta página.

EL ECUAVOLEY, UN DEPORTE QUE PERDURA EN EL TIEMPO



Encuentro disputado entre el Instituto Luis Rogerio Gonzalez y el Colegio Camilo Gallegos. Foto: Edison Flores.

El Ecuavoley, conocido también como el vóley de los pobres, es una modalidad del vóleybol internacional, el cual fue creado en nuestro país. Lo que se dice por parte de las personas que tienen varios años practicándolo, es que durante algunos años, aunque de forma amateur, siempre se lo practicaba como deporte de barrio. En el Ecuador la ciudad de Quito junto con Cuenca desarrollaron y crearon definitivamente

esta nueva modalidad deportiva del vóleybol. Es por eso que luego de la práctica, este deporte se expendería por las demás provincias, lo que también es atribuido a las distintas migraciones, llegando a hacerlo conocido. Esto ha permitido que en la provincia del Cañar también se desarrolle este deporte, el cual a decir de Susana Paladines, jefa del Departamento Metodológico de la Federación Estudiantil Deportiva del Cañar, tiene varios años

de dársele, el mismo que ha sido practicado por estudiantes de los diferentes colegios, por lo que se han creado campeonatos, los cuales intentan que el Ecuavoley no se pierda y que continúe tal y como se lo hacía en tiempos de antaño, donde las personas que ahora son de edad, dejaban en alto el nombre de la ciudad y de la provincia en torneos que se llevaban a cabo en la herma Azuay. De allí que ven necesario el masificar este deporte en el ámbito estudiantil, ya

que en las horas que tienen los estudiantes no les permite que se lo practique fuera del colegio. Esto asegura la dirigente, se debe a la tecnología, que impide que los jóvenes tengan una vida activa deportivamente hablando, es por eso que se lo consideran una lucha por parte de ellos, lo que ha sido muy acogido por los colegiales, quienes entregan todo de sí para dejar en alto el nombre de cada uno de los colegios a los que representan. (EFC)

7

LOS COLEGIOS SE HAN TOMADO ESTE TRADICIONAL DEPORTE, CON LO QUE SE PRETENDE NO DESAPARECER ESTA CULTURA ECUATORIANA

En la provincia del Cañar y específicamente en Azogues, la Federación Deportiva Estudiantil del Cañar desde el año 2004 instauró el Campeonato Intercolegial de Ecuavoley, donde estudiantes son apoyados por sus compañeros, quienes gestionan los permisos con sus autoridades para apoyar a sus seis compañeros y su entrenador. El escenario deportivo donde se desarrolla este deporte es en las canchas del Coliseo Mayor de Deportes

Eduardo Rivas Ayora, las cuales permiten que la ciudadanía en general pueda observar los partidos donde la adrenalina es uno de los químicos que más segrega este torneo, ya sea cuando está a punto de caer la pelota y prácticamente el colocador la saca del piso, lo que da lugar a los gritos y aplausos de la hinchada o cuando el servidor no deja caer la "chiquita" como se la conoce a la colocación del rival, cuando este envía la pelota apegada a la red. A nivel de los ministerios del

Deporte y de Educación, se ha permitido que colegios de otros cantones como Biblián y Déleg, que integran la Zona 1 de Educación, participen del torneo, llegando a sumar 14 equipos. Como en todo deporte, existen los colegios favoritos, como es el Instituto Técnico Superior Luis Rogerio González, donde varios años han sido campeones, por lo que se augura que en esta edición no sea la excepción, por la participación que tiene hasta el momento. (EFC)



Cristian Ródas, colocador del Colegio Luis Rogerio Gonzalez

La última página, la 8, es algo diferente, ya que al ser la contraportada, se ve la necesidad de colocar publicidad en la parte inferior, lo que ayudará a solventar los gastos del suplemento, pero sin descuidar la información que es más importante para el lector. En este espacio se incluye la escalada, un deporte que se ha visto truncado en la provincia del Cañar, pero que es practicado por varios turistas propios y extraños, definitivamente, esta es una sección para los amantes de este deporte, quienes se quieran enterar sobre todas las actividades que se realizan en esta disciplina.

Respecto de la diagramación, se puede decir que, por tratarse de un deporte extremo, se da mayor importancia a lo gráfico, que es donde se puede sentir la adrenalina y disfrutar de una buena fotografía, por lo que ocupa la mitad de la página, dejando la otra parte para el texto, pero montado en una fotografía con baja opacidad, para que cumpla la misma función de las páginas anteriores.

La escalada es un deporte extremo, es por eso que en el título se utilizó algo fuera de lo normal que se ha podido ver en este suplemento.

Todos los esfuerzos dedicados en la diagramación de este suplemento, se lo hizo para cautivar a los lectores y así contar con unos fieles clientes de este producto visual.

SÁBADO, 29 SEPTIEMBRE 2012

ESCALADA

LA ESCALADA, UN DEPORTE QUE NO DA LUGAR AL VÉRTIGO

8

El deporte de la escalada, es una actividad donde corre demasiada adrenalina, donde el vértigo no puede existir, ya que el solo hecho de regresar a ver hacia atrás, es algo que puede llegar a sacrificar una vida, la de un deportista que necesita demasiada concentración, según nos cuenta José Gabriel Delgado Navas, quien es un ícono en la provincia del Cañar, puesto que tiene varios logros en su haber, como son los campeonatos nacionales como panamericanos, sudamericano, latinoamericano y llegando a ocupar el quinto puesto a nivel mundial de escalada deportiva, con lo cual ha dejado en alto el nombre de la provincia. Si bien este deporte se lo practica en un muro de escalada, el cual es una pared artificial que da la apariencia de roca natural, existen muros que son fabricados en materiales como resina con fibra de vidrio y madera. La ventaja que permiten estos muros, es que son fáciles de instalar en casi cualquier lugar ya sea en interior o exterior. El ancho y largo va a depender del diseño para cada bloque del muro. Aunque parezca que este deporte solo implica subir una montaña o un muro artificial, el deportista azogueño nos comenta que existen muchas técnicas de escaladas o movimientos técnicos, principalmente están divididos en: Técnicas de agarre, forma de tomar los agarres con las manos; técnicas de desplazamiento, formas de desplazarse en la ruta; y las técnicas de impulso, forma de usar los pies para impulsar el movimiento.

Lo que más le duele a Delgado, es que por inconvenientes políticos se haya perdido el deporte de la escalada en la ciudad de Azogues, donde se contaban con una buena cantera de deportistas, quienes a pesar de haber tenido poco tiempo en la práctica de esta actividad, ya cosecharon varios logros importantes a nivel nacional como internacional. Es por eso que el escalador asegura que ahora solo les queda el Cerro Cojitambo, que es una de las tres montañas sagradas para los Cañaris, la cual está ubicada a 20 minutos de Azogues a una altura de 2.900 msnm. Zona de escalada que recibió sus primeros ascensos hace ya más de 25 años. Actualmente el sector cuenta con 60 vías equipadas que difieren en dificultad y estilo; sin embargo es necesario tener precaución con las clavijas que se encuentren en algunas vías y chequear su estado antes de empezar la escalada. Es por eso que el deportista pide a las autoridades que exploten este lugar, el único espacio que les queda a los escaladores cañarenses para continuar con esta actividad, la misma que es muy valorada por turistas extranjeros y nacionales, pero poco por los locales. De allí que Delgado espera que se haga realidad lo que ofreció el Presidente Correa, quien detalló que el plan que se implementará en un máximo de seis meses consiste que el Ministerio de Turismo construya complejos recreacionales donde los escaladores nacionales y extranjeros vayan abriendo rutas para la escalada. (EFC)



Gabriel Delgado, escalando el Cerro Cojitambo. Foto: Edison Flores.



Implementos que utilizan los escaladores. Foto: Web

¡Medicina a bajo costo ahora!

Farmasol

5. Conclusiones

En este tiempo que tomó realizar las investigaciones para comprobar la factibilidad o no del suplemento deportivo para circular de manera semanal en diario Portada se conoció que cristalizar este proyecto se convierte en una necesidad y es posible hacerlo realidad.

Un inserto es un espacio de impresión que, aprovechando la circulación de un periódico se le incluye dentro del mismo para difundir un contenido específico, con una extensión que va desde una fracción de plana hasta una sección. La prensa, como los periódicos y los suplementos, son instrumentos para la búsqueda de la información, el rastreo de noticias, la construcción racional de las informaciones, la puesta en común, la exposición colectiva, el resumen y la conclusión de los acontecimientos.

Los géneros periodísticos son los instrumentos de trabajo del periodista en su labor comunicacional con la sociedad, por lo que su dominio es fundamental para el efectivo cumplimiento de esta tarea de enorme compromiso social que exige invariablemente: responsabilidad, profesionalismo, honestidad y ética periodística.

El uso adecuado de los diferentes géneros periodísticos cobra relevancia especial en cada página del suplemento apuntando cada vez más hacia un periodismo personalizado, en el que el lector puede identificarse con lo escrito.

Cuando nos acercamos a un quiosco de prensa y contemplamos los bloques de diarios en él colocados, enseguida nos damos cuenta de cuáles son los de información general y cuáles los de información deportiva. Pero la información deportiva, incluso en los medios de información general, provoca un rompimiento con las rígidas estructuras del orden establecido en la comunicación debido, principalmente, al sector de clientes y receptores a quienes va destinada.

En ello influye el particular lenguaje del deporte y el desenfado con el cual son tratadas las informaciones, con titulares y sumarios, además de voluminosos, en el cuerpo de tipo de letra, llenos de palabras extraídas del vocabulario coloquial, impensables de ser utilizadas en otros géneros específicos.

6. Recomendaciones

Mi recomendación para los directivos de Diario Portada, es que se haga realidad la creación de este suplemento, que en base a los estudios de mercado sería viable publicarlo semanalmente y sostenerlo económicamente.

Además el estilo gráfico, periodístico y los contenidos que se proponen en base a estudios, se han realizado comparaciones y verificación de datos basado en la realidad del mercado local. Es un proyecto ambicioso, que sin temor a equivocarme tendrá buena acogida para los lectores habituales del diario y sobre todo entre los periodistas o amantes de las diferentes disciplinas deportivas.

En el suplemento se ofrecerá información basada en la investigación, reseña y cobertura de eventos deportivos, tendrá un diseño activo, moderno y acorde a la propuesta. La parte gráfica es esencial por eso se dará en cada página un mayor porcentaje -en relación al tamaño de la página- al concepto visual es decir diseño, colores, fotos, infografías, etcétera.

Por eso el texto o información será lo más ágil y dinámico posible, con detalles que atraigan al lector y lo seduzcan en leer de principio a fin.

7. Bibliografía

- OSSADON, Carlos, Entre las Alas y el Plomo, Lom Ediciones, Santiago de Chile, 2001.
- PRECIADO, Vanesa y otros, Insertos en México y Latinoamérica, UNAM-ENEP, 2006
- POMA, Bernardo, Más deportes y anuncios que culturam ODANEM, La Paz 2007
- DEL RIO, Julio, Periodismo Interpretativo: El Reportaje Cali 2006
- Curso por correspondencia sobre periodismo de la página web:
www.mailxmail.com
- GARGUREVICH, Juan, Géneros Periodísticos, Editorial Belén, Quito 1982
- GRIJELMO, Alex, El Estilo del Periodista, Grupo Santillana, Madrid 1997

- BUITRON, Rubén y ASTUDILLO, Fernando, Periodismo por dentro, Editorial Quipus CIESPAL, Quito 2005.
- KHALIFE, Galo y LASO, Francois, La Mirada y la Memoria, Imprenta Mariscal, Quito 2006.
- PABLOS, José Manuel, Infoperiodismo: El Periodista Como Creador de Infografía, Editorial Síntesis, Madrid 1999
- FERNANDEZ, Alberto, Expresión Gráfica, Mira Editores, Zaragoza 2003
- AMSTRONG, Gary, Sports Marketing, Essex Londres 2007
- KOTLER, Philip y otros, Principios de Marketing, Editorial Essex, Londres 2007