

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SELESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:
LOS FORMATOS EN EL PERIODISMO DEPORTIVO DE QUITO (CASO
RADIO LA RED 102.1 FM)

AUTOR:
WILLIAM PAÚL DÁVILA BASTIDAS

DIRECTOR:
MIGUEL ÁNGEL SOTO SANDOVAL

Quito, abril del 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE GRADO**

Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, abril de 2015.

William Paúl Dávila Bastidas

CC 1718650235

DEDICATORIA

Los segundos, minutos, horas y días de trabajo tienen mucho sacrificio y responsabilidad. Este trabajo está dedicado inmensamente a mi hija Martina Victoria por ser una motivación más de superación, por acompañarme en las noches y días de trabajo desde el vientre de su madre hasta el presente, ofrecido también a mi esposa María de la Paz por el apoyo constante durante este tiempo académico, por empujarme a acabar este reto y por su fuerza emotiva que día a día me brinda y a mi madre Matilde quien me ha formado y me ha brindado todo lo necesario para poder convertirme en un profesional, desde principios, ética, moral, responsabilidad, disciplina hasta los temas económicos.

Mención especial a mis hermanos que han sido mis guías de lucha en la vida y han estado presentes en cada una de las etapas que he cursado, muchas veces como ayudantes, correctores y profesores de casa y otras veces con el consejo didáctico que siempre sirvió de mucho.

Este trabajo va por ustedes los antes nombrados de manera especial por mi padre que partió hace muchos años de este mundo y que desde el infinito siempre me guía y aconseja y para nuestro guía espiritual, el Señor que nunca en la vida me ha abandonado pese a las duras pruebas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a los catedráticos de la Universidad Politécnica Salesiana y a mis compañeros con quienes me formé, compartí ideas y opiniones; gracias a ellos he llegado a este punto en mi vida.

Agradezco al director de Radio La Red, Alfonso Laso Ayala por su apertura y por sus conocimientos y aportes a este trabajo y a los compañeros de profesión que supieron colaborar con este proyecto. Muchas gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	2
LA COMUNICACIÓN EN LA RADIO	2
1.1 La Comunicación	2
1.2 Las teorías de Comunicación	4
1.2.1 La Escuela de Chicago	5
1.2.2 Escuela de Palo Alto	6
1.2.3 Teoría de la aguja hipodérmica	7
1.3 La Radio	8
1.3.1 Los inicios de la radio	8
1.3.2 La radio en Sudamérica	9
CAPÍTULO 2	11
LA RADIO DEPORTIVA EN EL ECUADOR	11
2.1 La radiodifusión en el Ecuador	11
2.2 La radio deportiva en Quito	12
2.3 Los formatos utilizados en el deporte	15
3.1 Noticiero	20
3.2 Comentario	23
3.3 Entrevista	28
3.3.1 Entrevista simple	29
3.3.2 Entrevista profunda (perfil)	30
3.3.3 Entrevista en rueda de preguntas (Rueda de Prensa)	35
3.4 Reportaje	36
3.5 Transmisión	38
3.5.1 Producción	38
3.5.2 Previa	38
3.5.3 Partido	39
3.5.4 Post Partido	39
3.6 Producción Radial (Radio Drama)	40
3.6.1 Tema	40
3.6.2 Personajes	41

3.6.3 Entrevista-----	41
3.6.4 Locución -----	41
3.6.5 Edición -----	41
3.7 Las redes sociales en la radio deportiva -----	42
CAPÍTULO 4 -----	44
LECTURA COMUNICATIVA E IMPORTANCIA-----	44
4.1 Lectura comunicativa -----	44
4.2 Importancia -----	45
CONCLUSIONES -----	47
RECOMENDACIONES -----	48
LISTA DE REFERENCIAS -----	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Parrilla de programación	-----17
Tabla 2. Formato noticiero	-----21

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Afiches de trasmisiones de la época	-----15
--	----------------

RESUMEN

La falta de profesionalización del periodismo deportivo en nuestro país permite establecer un trabajo de investigación y de elaboración de lo que se ha vendido utilizando en relación a formatos radiales en este ámbito hasta el momento.

Con el pasar de los años y con las exigencias de la comunicación el simple programa matutino informativo o la transmisión deportiva no completan las necesidades de los oyentes que han obligado a los periodistas y personas que se dedican a este oficio a innovar e implementar nuevas formas de hacer radio, algunas con similitud a otros lugares y otras sencillamente propias y originales de nuestro contexto.

En Quito, el periodismo deportivo ha crecido notablemente los últimos años y este estudio determinará las variedades de formatos que se utilizan hoy tomando como caso principal lo realizado en la empresa radial Jornadas Deportivas (Radio La Red 102.1FM).

A partir del estudio se publicarán varios ejemplos y recomendaciones de cómo realizar de manera más técnica y periodística los programas radiales utilizando todos los elementos comunicativos que pueden complementarse con la radio para hacerlo de una manera más atractiva para el público objetivo.

Uno de los errores más comunes en la actualidad es la falta de procesos y producción, en los distintos programas que se encuentran en una gran variedad de emisoras deportivas, a veces, simplemente, se llega y se habla sin tener algo preparado y lo que es peor aún sin conocer y emplear formatos apegados a una manera tácita de pertenecer al mundo de la radio, como solo pocos lo realizan.

Después de determinar varios formatos y sus usos se expondrán recomendaciones para conocimiento en general, teniendo en cuenta que lo importante siempre es tener innovación y nuevas ideas.

ABSTRACT

The lack of professionalization of sports journalism in our country allows you to set a work of research and elaboration of what has been sold using in relation to radio formats in this area so far. With the passing of the years and the demands of communication simple informative morning program and sports transmission does not complete the needs of listeners who have forced journalists and people who engage in this trade to innovate and implement new ways of doing radio, some with similarity to other places and others simply own and original in our context. In Quito, sports journalism has grown dramatically the past few years, and this study will determine the varieties of formats used today on the main case what has been done in the radio company sports days (Radio La Red 102.1FM). From the study will be published several examples and recommendations on how make way more.

INTRODUCCIÓN

La poderosa radiodifusión ha sobrevivido al gran auge de las posteriores formas de comunicación como la televisión o internet que pese a sus grandes ventajas no han podido poner en segundo plano el trabajo y las características que puede brindar la radio; al contrario han llegado a ser un perfecto complemento.

Es más, la radio tuvo la virtud de acoplarse al nuevo mundo tecnológico e incluso fusionarse con otros medios para una mejor entrega a los oyentes, que en este caso se han convertido en multi oyentes. Se ha aprovechado la televisión para realizar programas simultáneos y en la gran mayoría la televisión se respalda en la radio para sus transmisiones. Mientras que con el internet la radio ha tenido una comprensión perfecta de difusión igualitaria y correspondida.

Este trabajo de grado tiene como fin analizar ese campo que es criticado y del cual no se sabe mucho. El formato que emplea el periodista deportivo en el día a día; en sus programas, en sus transmisiones, en sus coberturas en fin.

La radio está al servicio de la sociedad con la finalidad de brindar información, orientar, opinar y ahora también entretener, lo que sucede también en el ámbito deportivo.

Los formatos se han ido acoplando a otros estilos y unos han evolucionado dependiendo de las necesidades y el tipo de oyente que cada una de las radios tiene. El target es esencial a la hora de saber qué formato emplear y potenciar.

Como marca uno de los slogans de “Jornadas Deportivas”, Radio La Red: El periodismo de radio se hace en la radio y desde los escenarios deportivos.

CAPÍTULO 1

LA COMUNICACIÓN EN LA RADIO

1.1 La Comunicación

La comunicación, dentro de su proceso amplio e interdisciplinario, tiene como uno de sus elementos más influyentes a la radio, con la cual se ha logrado no solo multiplicar la información, sino también tener métodos alternativos de la función principal del proceso que es la de transmitir el mensaje y tener una respuesta.

A lo largo de la historia varios han sido los métodos de transmisión, los cuales han tenido más trascendencia aplicando las distintas teorías de comunicación y las escuelas de distintas influencias e ideologías.

Dentro de las definiciones más apegadas a lo teórico nos acordamos de los siguientes conceptos:

Una primera aproximación para entender el concepto de comunicación es a partir de su etimología. Comunicar viene del vocablo latino *communicare*, que significa “compartir algo, hacerlo común”, y por “común” entendemos comunidad; o sea, comunicar se refiere a hacer a “algo” del conocimiento de nuestros semejantes. (Pascualli, 2014, p. 4)

Dentro de lo etimológico, las definiciones son simples y extensas a la vez, simples al momento de “compartir algo en común” y complejas al saber que con ello podemos referirnos al conocimiento de nuestros semejantes.

Su etimología nos lleva a suponer que la comunicación es un fenómeno que se realiza como parte sustancial de las relaciones sociales. Ahora bien, ¿qué es ese “algo” que mencionamos? Pues se trata de la información. Tanto las personas como los animales constantemente estamos recopilando datos de nuestro entorno, los procesamos y compartimos con nuestros semejantes

esperando lograr una reacción en ellos que nos permita resolver alguna necesidad. (Pascualli, 2014)

La información es el cuerpo de la comunicación, la parte más densa que con los respectivos procesos llega a ser emitida, receptada pero lo más importante retroalimentada. El compartir esta información crea la capacidad de comunicación desde la emisión de simples señales hasta las capacidades intelectuales o tecnológicas de hoy en día.

El primer intento registrado por entender el proceso comunicativo se remonta a la antigüedad clásica, en la época de los sabios griegos. Fue Aristóteles (384-322 a.C.) quien en sus tratados filosóficos diferenció al hombre de los animales por la capacidad de tener un lenguaje y conceptualizó a la comunicación la relación de tres elementos básicos: emisor, mensaje y receptor. A partir de aquí derivan todos los demás modelos que al tiempo se han realizado

Emisor: Dentro del proceso comunicativo, es la parte que inicia el intercambio de información y conduce el acto comunicativo. Es quien transmite el mensaje, el que dice o hace algo con significado.

Mensaje: Se refiere a la información transmitida. Es lo que se dice.

Receptor: Es quien recibe el mensaje. (Pascualli, 2014, p. 5)

Este esquema plantea el proceso sencillo de comunicación aplicable a todo ser que pueda reproducir sus elementos dentro de su cotidianidad. El esquema básico, el esquema completo a la vez.

Las teorías, los estamentos, los manuales y los libros describen este esquema que se vuelve práctico, sencillo e innato con el diario vivir. La comunicación no es solo cómo se la describe, más bien es cómo se la realiza, es una forma de vida y sin ella simplemente nada existiría.

Pasaron y pasaron los tiempos y estas formas de comunicación se diversificaron y se transformaron utilizando distintos mensajes, canales, métodos, más emisores, más receptores, retroalimentación, en fin, el proceso más completo que el ser humano realiza.

Luego vinieron las teorías, las esquematizaciones que después se cumplieron en grandes pensamientos ideológicos, incluso en estilos de vida. El marketing, la política, los medios masivos, el público objetivo, todo hace que el campo comunicativo necesite ser entendido desde las visiones; uno puede elegir de cual guiarse, de cual apoyarse, cual ejecutarlo y más que todo diferenciarlo. (Mattelart & Mattelar, 1997)

1.2 Las teorías de Comunicación

Fundamentos establecidos antes del siglo XIX muestran la importancia del establecimiento de la sociedad y sus diversos sistemas técnicos y teóricos en la creación y ejecución de las distintas teorías de comunicación, con ellos no solo pasó a ser un acto de transmisión de información simple, sino también se experimentó con la ideología, los sentimientos, las costumbres y tradiciones hasta lo propiamente material con fin.

La división del trabajo representa un primer paso teórico. Hay que remontarse al final del siglo XVIII para encontrar en Adam Smith en la primera formulación científica. La comunicación contribuye a organizar el trabajo colectivo en el seno de la fábrica y en la estructuración de los espacios económicos (Mattelart & Mattelar, 1997, pp. 13-14)

La industrialización y los procesos para generar grandes capitales invadieron una época de la sociedad mundial dando derecho a una brecha económica importante impuesta por la manera de comunicación.

El comercio, los descubrimientos, el desarrollo agrícola e industrial dieron paso a la formulación de nuevas ideas que desencadenan en la forma correcta de hacer la comunicación como base del progreso de aquellos tiempos. Los medios de comunicación de la época fueron incidentes en las acciones de las sociedades, sean direccionadas para el extracto alto bajo, como lo llamaban en esos tiempos y con los cuales hasta la época se denomina a grupos sociales.

1.2.1 La Escuela de Chicago

Con la llegada de un nuevo siglo, un nuevo tiempo, llegaron nuevos ideales más apegados a lo social de una manera tan compleja, fijada en muchos ideales que llegaron a establecer esa especie de “laboratorio”

Como anticipábamos, con el pasar de los tiempos se fue estableciendo la importancia de los factores de la comunicación. ¿Para qué sirve?, ¿Quién la utiliza?, ¿Qué proceso cumple?; es ahí cuando nace la Escuela de Chicago, destacando y ordenando la incidencia de los medios y del proceso en si en toda la sociedad.

La Escuela de Chicago fue la primera es destacar la importancia de los medios de comunicación en la sociedad y la interacción social. Los investigadores de esta escuela no se limitaban al modelo lineal clásico de emisor > mensaje > receptor, sino que veían la comunicación como un proceso simbólico, y este proceso es que el que mantiene a la sociedad. (Cruz, Diaz, & Cabrera, 2011, p. 1)

Es así como se potenciaron los medios de comunicación, al darse cuenta la importancia que tenían en la sociedad, el popularmente llamado “cuarto poder”, tras el ejecutivo, legislativo y judicial en los países democráticos y de igual manera y quizás totalmente sesgados, en lugares con otro tipo de gobierno.

La línea de pensamiento de La Escuela de Chicago es el pragmatismo, con esto se refiere a que todos los fundamentos

deben tener una base significativa. El pragmatismo sostiene que nuestro comportamiento y las cosas que hacemos diariamente son el resultado de lo que pensamos. (Cruz, Diaz, & Cabrera, 2011, p. 2)

Esta importancia generada ya desde los medios cambio totalmente el resultado mercantilista de una era aplicada a formular lo justo y necesario dentro de lo teórico y pragmático.

Una nueva sociedad nacía gracias a la vinculación de estos ideales en los medios de comunicación. Los medios tienen esa capacidad y aplicarlos desde una manera más social, con más compromiso y responsabilidad generó un pensamiento libertario que se puede llamar hasta desencadenado por la opresión informativa.

1.2.2 Escuela de Palo Alto

Surgió otra línea de comunicación, más enfocada en lo social, en lo profundo, en lo cotidiano y especialmente en lo humano, como experiencia y como principalidad de existencia. Varios pensadores aportaron en la Escuela de Palo Alto que definió su concepto de la siguiente forma:

Para los autores de la Escuela de Palo Alto, la comunicación debe ser estudiada por las ciencias humanas a partir de un modelo que le sea propio, y hay que concebir la investigación en comunicación en términos de niveles de complejidad, contextos múltiples y sistemas circulares (Rizo, 2013, p. 11)

La creación de un modelo único permitió la implementación de nuevas normas que beneficiarían un proceso en sí de comunicación, más que un estilo se pudo establecer como una manera irremplazable de comunicar con responsabilidad en cierto punto.

La principal aportación de esta corriente de pensamiento es que “el concepto de comunicación incluye todos los procesos a través de los cuales la gente se influye

mutuamente” (Bateson y Ruesch, 1984). La comunicación fue estudiada, por tanto, como un proceso permanente y multidimensional, como un todo integrado, incomprendible sin el contexto en el que tiene lugar. La definición de comunicación que se puede extraer de la obra de estos autores es común a todos los representantes de la Escuela de Palo Alto. En uno de los pasajes iniciales del libro, Bateson y Ruesch (1984: 13) afirman que “la comunicación es la matriz en la que se encajan todas las actividades humanas (Rizo, 2013, p. 11)

Podría definir como una palabra clave a la “interacción” como principio fundamental de la escuela de Palo Alto. Una comunicación que permite no solo decir o escuchar algo, si no manejar gestos, símbolos, signos, expresiones incluso comportamientos de las personas. Comunicación de manera integral que más adelante se iría impregnando en los medios, especialmente en los radiales y en los formatos que vamos a trabajar más adelante.

1.2.3 Teoría de la aguja hipodérmica

Los medios de comunicación en gran cantidad y con un fin reproducido por la mayoría, ejerce intereses mercantiles y económicos, es decir encontrar un rédito monetario ante el trabajo realizado, publicidad pautaada y propaganda emitida.

La utilización de mensajes estrictos y direccionados con un fin, incluso en ocasiones compuestos de manera subliminal son de habitual utilización en estos días. La teoría de la aguja hipodérmica fue desarrollada para que el mensaje a impartir sea agresivo y que consiga el fin de una manera casi obligatoria, un mensaje que te haga creer que debes sí o sí hacer porque está dentro de los marcos de lo correcto.

Para conocer algo del proceso histórico de esta teoría debemos saber que: coincide con el peligro de las dos guerras mundiales y con la difusión a gran escala de las comunicaciones de masas. Se comenzó a definir cuando la mirada se concentró en los efectos que tuvo la propaganda durante los conflictos. (DeFleur, 2013, p. 26)

Como se cita en *“Los Fundamentos de la Comunicación”* en su investigación los mensajes expuestos a manera de propaganda mostraron el enorme poder que uno puede generar desde un medio de comunicación, permitir que el mensaje se impregne en el ser humano creando una respuesta positiva para el medio de una manera casi obligada. Estas reglas son utilizadas muy a menudo en los medios de comunicación radiales ahora con más periodicidad en los mensajes políticos.

1.3 La Radio

1.3.1 Los inicios de la radio

Antes de la radio, la escritura y sus diversos métodos de transmisión cubrían los servicios de comunicación en toda sociedad y estrato social, sin embargo la idea de incluso potenciarla permitió la implementación de otros medios.

De ahí en adelante la formulación de estos métodos permitió una diversificación en los servicios de comunicación, pero no sería la radio y su difusión la más perfecta en aquellos tiempos por su cobertura, su inmediatez y más que toda su familiaridad con los actores de la comunicación.

Se conoce y los textos describen, (como la gran mayoría de métodos de comunicación) que la radio inicio sus pruebas en eventos militares y estratégicos por parte de los gobiernos, más adelante se emplearía en otros campos, por supuesto luego de tener la posibilidad de realizar las pruebas necesarias.

“A nivel mundial, las primeras emisiones públicas de radio tuvieron lugar en el año de 1912, a raíz de la proliferación de señales de radio provenientes del transporte marítimo y de las estaciones terrestres de comunicación, especialmente.” (Pareja, 1984, p. 12)

Similares descripciones aparecen en muchos textos, lo que sí se puede determinar es que la gran mayoría de medios de comunicación surgieron por necesidades de la

sociedad incluso por acontecimientos mundiales como los movimientos bélicos, desastres naturales y desastres provocados por los seres humanos.

Luego de establecer las virtudes de la radio, los intentos para llevarla a los hogares no tardaron en llegar, la comercialización y las temáticas aparecieron para entretener, informar, opinar y por supuesto vender.

1.3.2 La radio en Sudamérica

Por varios factores la implementación y desarrollo de varios medios de comunicación trataron en llegar y posicionarse en América Latina, puede ser por aspectos tecnológicos de investigación o de socialización; sin embargo, cuando llegó, se quedó y se explotó de una manera fantástica. La radiodifusión en Latinoamérica es más pluricultural y tiene inclusive en ciertas regiones más sentido social.

Países como México y Argentina fueron, según varios textos, los primeros en realizar transmisiones y distintas emisiones, siendo hasta el momento las de principal tecnología, variedad y expansión.

Desde la década de 1920, la radio comenzó un rápido proceso de expansión alrededor del mundo. Los equipos necesarios para su producción eran un producto costoso y de difícil transporte, aunque varios radioaficionados habían conseguido realizar emisiones, tanto dentro de Estados Unidos como en Europa, con equipos rudimentarios. Para la década de 1930, Argentina y México ya contaban con grupos de radioaficionados que emitían series de noticias y canciones en Buenos Aires y ciudad de México. En estos países, la radio consiguió el apoyo de los gobiernos, interesados en incentivar la instalación de estaciones de radio para conseguir una comunicación directa con los habitantes. (Pareja, 1984, p. 13)

Luego de las primeras experiencias países como Colombia, Chile y Uruguay continuaron estas prácticas hasta su llegada al Ecuador.

La radio como medio de comunicación tuvo un punto fuerte desde su aparición, que fue la oportunidad de reemplazar a otros medios sin que este a su vez haya sido superado por los medios de comunicación que nacieron y se desarrollaron con el pasar del tiempo.

Incluso, en la actualidad, se mezclan muchos de los elementos tecnológicos y multimedia para que la radio llegue de mejor forma en calidad y más rápida en alcance. Desde su aparición este medio de comunicación que después del internet es el más versátil, permite la transmisión de información de todo tipo. La radio se la utiliza hoy y, de mayor preferencia, para noticieros, programas deportivos, enlaces políticos, campañas publicitarias, difusión de productos, debates sociales, promoción social y para la transmisión de música, que aunque aún se sostiene, con el pasar de los años irá a la baja por la implementación de nuevos métodos en el mercado musical sin la utilización de plataformas radiales.

CAPÍTULO 2

LA RADIO DEPORTIVA EN EL ECUADOR

2.1 La radiodifusión en el Ecuador

La radio llegó a nuestro país de forma paralela en relación a nuestros vecinos sudamericanos, allá en los finales de la década de los 20 y a inicios de la década de los 30 se potenció y tuvo mayores espacios de difusión y emisoras que se dedicaron ya a la transmisión permanente.

Según varios apuntes históricos estas fueron las primeras experiencias de la radio en nuestro país.

La radio en Ecuador se remonta al jueves 13 de junio de 1929, a las 21:00, cuando Radio “El Prado” en la ciudad de Riobamba, inicia oficialmente sus transmisiones radiales, convirtiéndose desde ese instante en la primera radiodifusora que se puso al servicio de la cultura nacional (Erazo, 1980, p. 179)

Con este acontecimiento no tardaron otros personajes en importar la tecnología necesaria en la radio para emular de forma positiva las formas de realizar radio y sus fines.

Como anécdota, se dice que en principio las emisoras preferían emitir sus transmisiones en la noche para impedir transferencias atmosféricas.

Las transmisiones a control remoto tenían el mismo empirismo del resto y aun cuando ya se usaba el teléfono, su técnica y empleo oral eran rudimentarios y las transmisiones fuera de la emisora eran una odisea, cuando se transmitía desde calles y carreteras, las líneas se tomaban directamente de las redes telefónicas, con las consiguientes peripecias de técnicos y locutores. (San Félix, 1991, pp. 14, 15)

En la ciudad de Quito es de conocimiento general que la primera estación de radio fue la de H.C.J.B. “la Voz de los Andes” que el 25 de diciembre de 1931 y con un transmisor de 250 vatios de potencia inició sus actividades, hasta la fecha el slogan de la radio relaciona sus actividades como una de las primeras en el Ecuador.

El Dr. Luis Calisto, abogado ecuatoriano es quién obtuvo esta licencia en una época en que la República del Ecuador no tenía leyes entorno a la materia de radiodifusión y sus respectivos permisos.

Álvaro San Félix en su texto radiodifusión desde la mitad del mundo describe estas palabras de Manuel Mantilla Mata, quien fuera uno de los iniciadores de la radio en Quito:

“Cuando yo empecé a hacer radio, apenas si existían unos 700 receptores, pero cada persona que tenía un aparato invitaba a dos o tres familias, para dedicarse a escuchar los buenos programas difundidos por excepcionales emisoras” (San Félix, 1991, p. 14).

Posteriormente, otras emisoras empezaban operaciones y se extenderían por todo el país como Ecuador Radio, Radio Quinta Piedad, HC2AT, Radio El Telégrafo, Radio Ortiz, Radio Quito y más.

Actualmente los reportes indican que existen de manera operativa más de 450 radios en el país entre: Musicales, de variedades, públicas, deportivas, de opinión, pertenecientes a cadenas y más. Entidades estatales controlan la operación la frecuencia y el contenido permanente de las mismas en nuestro país.

2.2 La radio deportiva en Quito

Nombres como Oswaldo Núñez Moreno (Quito), Ecuador Martínez (Guayaquil), entre otros son considerados como los iniciadores y precursores del periodismo deportivo que, claro está, al inicio no se lo veía como una profesión; incluso se lo

veía de una forma despectiva y de práctica totalmente alejada a las altas esferas de la sociedad.

Cuenta Alfonso Laso Ayala, director de Radio La Red, que su padre Alfonso Laso Bermeo, tuvo que acudir a un concurso que hacía Oswaldo Núñez Moreno a escondidas de su madre para iniciar a ejercer su profesión, de ahí el seudónimo de Pancho Moreno, utilizando este nombre para no ser identificado por sus familiares cuando hablaba en radio.

La radio deportiva en Ecuador tiene sin duda de otros países, nuestros programas ahora han desarrollado formatos propios y únicos pero varios espacios siguen lineamientos de Colombia, Argentina entre otros países.

Pensemos que nosotros tenemos retraso en nuestro fútbol de 50 años, el fútbol llegó a Argentina, a Chile, Brasil, 50 años antes que acá, a Ecuador a finales del siglo XIX empezó a llegar, los uruguayos y argentinos tenían relatores que habían vivido las glorias de los mundiales de la década de los 30, ahora la influencia es por la televisión y sus espacios en nuestro país, especialmente por la argentina (Laso Ayala, 2014)

Así como en la tecnología, nuestros espacios deportivos fueron desarrollándose y fueron creando a personajes importantes que ahora son total referencia en los medios de comunicación. La radio deportiva quiteña empezó con mucha popularidad y fue apegada al sentido social deportivo teniendo y siendo hasta el momento acompañante de gran cantidad de oyentes día a día.

Tras varios años la radio quiteña fue creando frentes, que se han convertido en escuelas de periodismo, hoy existen gran cantidad de medios que ofrecen eso, la variedad.

Antes se hablaba de relatores y comentaristas, más no de periodista deportivo, estos oficios lo desempeñaban en una gran cantidad de ocasiones profesionales de otras áreas en tiempos libres.

Los narradores deportivos, a partir de la observación in situ de un partido de básquet, una pelea de box, una corrida de toros o una carrera de autos, narraban paso a paso los sucesos de los campeonatos deportivos, eran en su mayoría, aficionados al deporte; sus conocimientos eran alimentados continuamente mediante la lectura de revistas deportivas o de comentarios publicados diariamente en prensa. Sobresalieron, en esta actividad, Jorge Carrera Viteri, Carlos Rodríguez Coll, Augusto Rada Icaza, Jorge Gándara Leroux, Enrique Hurtado, Joaquín Rius, Gerardo Muñoz, Blasco Moscoso y Alfonso Laso Bermeo (Ibarra & Novillo, 2010, p. 37).

Los comentaristas, en su mayoría catedráticos universitarios o personajes de política, se dedicaban a comentar un tema o acontecimiento de carácter político o cultural desde posiciones ideológicas diversas. No integraban la “planta de locutores” de una emisora; eran, más bien, personajes invitados que ocasionalmente participaban en programas noticiosos o mesas redondas. De hecho, aún cuando era posible hablar de especializaciones entre locutores, muchos de ellos eran multifacéticos; en la mañana trabajaban como locutores de noticias, en la tarde como narradores taurinos, a medio día animaban programas infantiles y en la noche radioteatros (Ibarra & Novillo, 2010, p. 37)

Radio Quito, Radio Bolívar, Radio Tarqui, Radio Espejo entre otras acogieron a los grandes protagonistas de esta linda profesión que poco a poco y más que un estilo de vida se fue convirtiendo en un modo de vida, con pasión, dedicación y talento.

Los formatos que emplearon dichos personajes no carecieron de forma, más bien se puede decir que era estandarizado y muy práctico en especial lo más popular que era las narraciones deportivas de los espectaculares partidos de fútbol, peleas de box o las corridas de toros entre otras disciplinas.

A continuación compartimos varios afiches impresos en el texto de Hernán Ibarra y Victoria Novillo (La Radio en Quito 1935 – 1960).

Afiches de transmisiones de la época

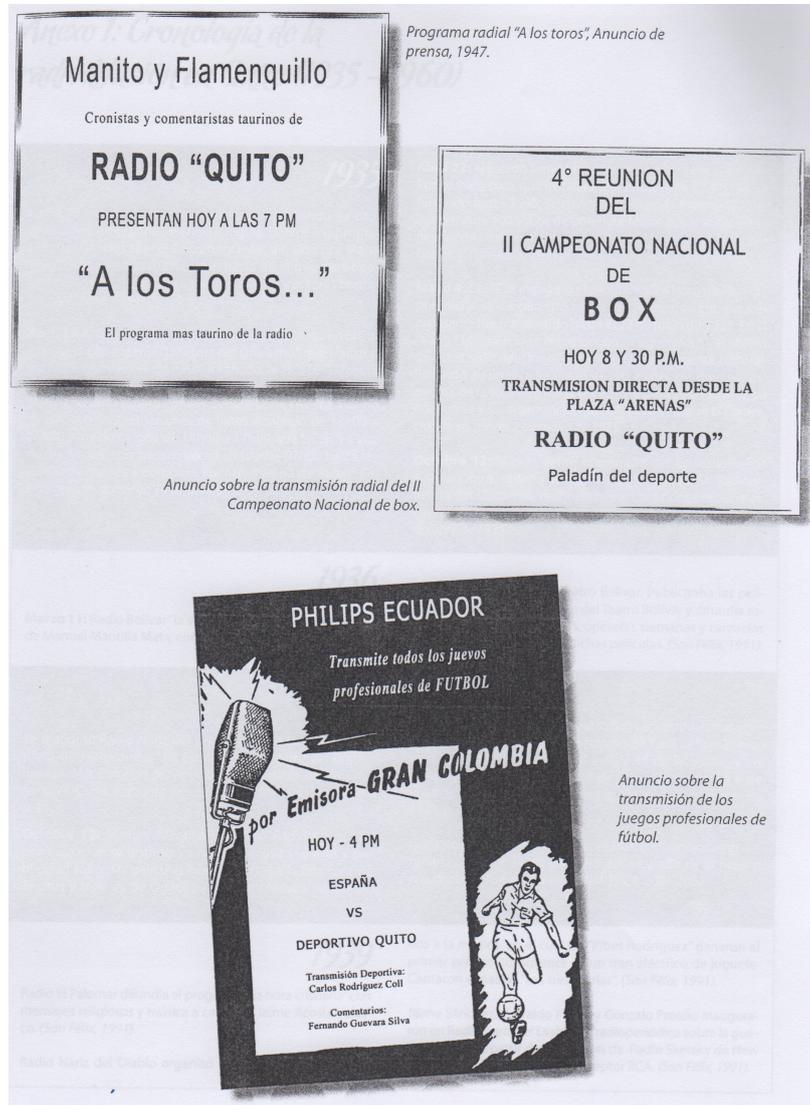


Figura 1. Los principales eventos deportivos que iban a ser transmitidos en radio eran promocionados en carteles pegados en lugares determinados. (Álvaro San Félix)

2.3 Los formatos utilizados en el deporte

Los programas matutinos y vespertinos de opinión y, por supuesto, las transmisiones deportivas ocupaban la mayor parte del tiempo al aire en el tratamiento del deporte. Durante la semana varios programas se podían sintonizar para acompañar el día y

entre semana en la noche y especialmente los fines de semana se anunciaban grandes carteleras con los partidos de fútbol especialmente.

De alguna manera el formato en otros tiempos estaba hecho, no escrito pero ya hecho, llegar a las transmisiones y saludar. Antes habían programas previos al fútbol, con el tiempo esto se ha ido cambiando. Durante las famosas tripletas de fútbol había largas jornadas con un formato de alineaciones, partido en sí, locutor comercial y entrevistas y comentarios después de los partidos. Este formato sigue siendo válido en la mayoría de medios. En Radio La Red hemos cambiado varias cosas, hicimos algo que nadie lo ha hecho, trabajar el tema de producción y eliminar espacios muertos en radio. Los tiempos son más calculados (Ibarra & Novillo, 2010, p. 45)

Sin duda de esta manera se tenían ya estandarizado un formato general que las radios que cumplían con su labor la seguían, en ese entonces no eran más de cuatro, actualmente son más medios.

La narración deportiva profesional (utilizada en las transmisiones deportivas), entendida como la descripción detallada de las maniobras o acciones efectuadas durante un torneo deportivo local a cargo de locutores especializados en el tema, pueden evidenciarse desde inicios de los años cincuenta. En Toros y Deportes (Radio Quito, 1942 - 1948) Jorge Carrera Viteri y el Mexicano Enrique “Manito” Hurtado narraban las corridas de toros que se efectuaban desde la Plaza Arenas y en Jornadas Deportivas (Radio Quito, 1949) Samuel Franco transmitía los partidos locales y nacionales de Fútbol y básquet (Ibarra & Novillo, 2010, p. 46)

Este relato histórico nos muestra la dirección que tenían las transmisiones que como veremos más adelante se puede catalogar como el formato periodístico radial deportivo por excelencia.

Pero los programas como acotamos anteriormente también se emitían a manera de mesas redondas, debates y noticieros. Por ejemplo uno de los primeros en utilizar el formato de noticias de manera estructurada y preparada fue Gerardo Muñoz.

La emisora La voz de la Democracia tenía, en 1944, un espacio radial denominado La Hora Deportiva Ecuatoriana. Con el lema “Alma Sana y Cuerpo Sano” Gerardo Muñoz transmitía los “noticieros deportivos en todos los ramos” con la presencia de invitados especiales, generalmente representantes de asociaciones o entidades deportivas de Pichincha. (Ibarra & Novillo, 2010, p. 46)

En otras radios como Gran Colombia se emitían distintos programas de opinión como Cóndor Voces y Oídos del Deporte que ahora ocupa el espacio de medio día de Radio La Red 102.1FM. A continuación describimos otros programas con formatos parecidos que fueron los pioneros por muchos años en nuestra radiodifusión y que son descritos en el texto de Hernán Ibarra y Victoria Novillo (La Radio en Quito 1935 – 1960).

Parrilla de programación de programas de la época

PROGRAMAS DEPORTIVOS		
Año	Título del programa	Radio emisora
1941	La hora deportiva del barrio quiteño	Quito
1942 - 1948	Toros y deportes	Quito
1946	III Campeonato Nacional de Basquetball	Gran Colombia
1946	Primera Olimpiada Militar	Quito
1947	II Campeonato Nacional de Box	Quito
1947	A los toros	Quito
1950	Toros	Gran Colombia
1952 - 1960	Jornadas Futbolísticas	Quito
1952	Carreras automovilísticas	Gran Colombia
1952	El deporte en el mundo	CCE

Tabla 1: Primeros programas deportivos de la época, clasificada por año, nombre y emisora. Fuente: Álvaro San Félix

CAPÍTULO 3

LOS FORMATOS

A medida que la radio fue evolucionando, se fueron creando nuevos espacios y nuevas maneras de realizar radio con distintas temáticas y espacios. En la radio deportiva se puede decir que no se inició con formatos establecidos en una teoría. Más bien desde la praxis se fueron estableciendo los formatos radiales que en la mayoría de ocasiones fueron producto de la radiodifusión estándar.

Sin embargo, hay formatos que solamente pueden disfrutarse desde el deporte, como por ejemplo una tertulia futbolera o una transmisión deportiva de un partido de fútbol de la Serie B del Campeonato ecuatoriano de fútbol.

El orden general, total de los contenidos, el *entorno* de los programas radiofónicos (Schulberg y Schulberg, 1996, 49), en inglés recibe el nombre de (format) formato. Marco Polo Torres habla de *formatos* como estilos de programación, definidos con base en las expectativas del público (1985, 45-51) y Mario Alberto Pérez advierte que se denomina formato tanto a “la forma que toma un programa para su realización como a la forma total de programación que presenta una estación de radio (1996, 12)”. (Rivera, 2012, p. 6)

Es así que los estilos de programación se han convertido quizás en el factor principal para buscar preferencias de audiencias. Si una radio tiene un estilo juvenil deportivo en su programación tendrá la posibilidad de ser escuchada por ese público. Por otro lado si un público está acostumbrado al programa de domingo en la mañana con la imperdible entrevista, la radio debe tomar en cuenta ese estilo para no cambiar su público objetivo.

¿Por qué son necesarios los formatos? Orden, guía y diversidad son los argumentos más votados en una de las preguntas realizadas en las encuestas que se anexan a este trabajo. Los formatos son indispensables porque “Caso contrario el oyente puede perderse si no hay divisiones y pausas durante la audición” opina Jacinto Bonilla, productor de Radio La Red. Por su parte Patricio Granja, comentarista del mismo

medio sentencia: La utilización de los formatos son “Siempre necesarios, ya que brindan características propias al programa y lo identifican con el público”. El oyente busca y siente algo que le atrae y que le gusta. El formato es vital para eso, para segmentar audiencias y buscar por su puesto las preferencias dentro de los esquemas radiales.

¿Cuál elegir? ¿Por cuál decantarse? Eso por supuesto es variable y depende de muchos factores por ejemplo: El medio de comunicación, el estilo que quiere imprimirse en el programa, la capacidad periodística, la innovación entre otros factores.

Algo que existe y se considera como una enfermedad en varios de los medios es el miedo al cambio a la implementación de algo nuevo. Se dice: ¿Por qué cambiar si vamos bien? Sería mejor decir ¿Por qué no innovar? Y en base a lo que se tiene agregar nuevos formatos. En fin, los medios tienen la palabra.

El comentario, el debate, el reportaje son los más empleados y de mayor audiencia. Es necesario entender la importancia y la diversidad de los formatos para poder emplearlos correctamente.

A continuación se va a repasar varios formatos que se utilizan en la actualidad en el periodismo deportivo repasando ejemplos y también varios testimonios que se los ha conseguido con la investigación y la vivencia diaria.

“Cualquier formato exitoso satisface alguna necesidad o deseo de sus oyentes. Cuanto mejor pueda el programador satisfacer ese deseo de la audiencia, mayor éxito tendrá la emisora al atraer al público” (Rivera, 2012, p. 18)

3.1 Noticiero

La noticia es uno de los formatos más populares en radio, el de más transmisión pero también el más frágil. Porque la inmediatez de la época exige actualizaciones permanentes que tienen que por supuesto ser claras, concretas y confiables.

El noticiero en la radio deportiva debe tener segmentos que permitan tener variedad en información y en estilo, además las noticias deben ser leídas con claridad, rapidez y con ambientación.

En relación a Radio La Red se establece un formato que tiene que ser actualizado por los periodistas que cubren la información de las distintas disciplinas. El noticiero tiene tres partes grandes. En la primera se comparte la noticia del día acompañada de una entrevista importante; en la segunda parte se informa sobre deportes internacionales, deporte amateur, fútbol internacional y se acompaña con otra entrevista; en la tercera parte se detalla rápidamente la actualidad del fútbol nacional, una noticia por cada equipo destacado y en el caso de los otros equipos se comparte la noticia. Al final, se coloca un gol del recuerdo que cierra el noticiero.

Según el formato del noticiero, cada noticia tiene la duración de un minuto y las entrevistas dependiendo de la importancia duran entre 4 y 5 minutos. En muchos de los casos solo se presentan extractos de los mismos. Caso parecido es en la reproducción del gol del recuerdo.

Formato:

Formato de noticiero

No.	PRIMER PARTE	DURACIÓN
1	Noticia Destacada	1'
2	Entrevista Destacada (1)	5'
SEGUNDA PARTE		
3	Deporte Amateur	1'
4	Deporte Internacional (No Fútbol)	1'
5	Fútbol Internacional	1'
6	Copa Libertadores o Sudamericana	1'
7	Entrevista Destacada (2)	5'
TERCERA PARTE		
8	Noticia Liga	1'
9	Noticia El Nacional	1'
10	Noticia Deportivo Quito	1'
11	Noticia Barcelona	1'
12	Noticia Emelec	1'
13	Noticia Independiente	1'
14	Noticia Católica / Olmedo / Mushuc Runa	1'
15	Noticia Manta / D. Cuenca / Liga de Loja	1'
16	Noticia Serie B y Segunda Categoría	1'
17	Gol del Recuerdo	5'

Tabla 2: Formato con el cuál se graba el noticiero. Radio La Red, por W. Dávila

Como observamos las noticias son cortas al igual que la entrevistas en relación a su contenido. En total este noticiero dura 27 minutos, lo cual junto a la presentación y cortinas incluidas, ocupa un espacio de 30 minutos en la programación.

Hace instantes se hablaba de la ambientación que es importante en la producción y edición, solo es una lectura de corrido de un texto de periódico como antes se lo

hacia de manera habitual. El noticiero radial debe ser investigado, redactado, grabado, editado, musicalizado (si lo amerita) y mezclado. Este trabajo toma al periodista el tiempo de 5 minutos aproximadamente por noticia, cumpliendo todas las normas de este proceso.

¿Por qué hacerlo grabado? Porque permite una mejor calidad en el producto. Si bien es cierto aún se realizan noticieros en vivo (lo cual no está mal), tener una estructura y variedad informativa producida bajo este concepto es más agradable.

Los noticieros en ocasiones deben ser atemporales en distintos horarios para que la noticia no llegue desactualizada, especialmente en los temas internacionales en donde se dispersa otro tipo de atención.

La prioridad noticiosa siempre va de la mano con la coyuntura. En el deporte esto es más notorio, porque el oyente siempre quiere escuchar lo positivo y relevante de su equipo. Incluso cuando no está en óptimas condiciones deportivas, la crítica y la charla se vuelven pan de cada día.

Sin embargo, y pese la diversidad noticiosa no solo en este formato, la noticia debe tener más apertura según las audiencias de los medios, su público objetivo y según la expectativa y la cantidad de seguidores de un deporte o un equipo. Es así como un noticiero resulta más escuchado e incluso descargado cuando por ejemplo se enfoca temas de Liga, Barcelona o la selección. Hay que hacerlo, sin descuidar por ejemplo al resto. Todos con sus espacios y con sus tiempos.

Para finalizar este análisis del noticiero radial cabe mencionar que por obvias razones no se deben expresar comentarios ni juicios de valor. La noticia pura y dura es perfecta sin ningún tipo de opiniones. Que llegue al público así como es.

3.2 Comentario

El comentario deportivo es uno de los formatos más utilizados en los programas de opinión. Precisamente en este momento en varios programas se discute sobre lo sucedido en el fin de semana o lo que vendrá por ejemplo en una nueva fecha de fútbol. ¿Fue penal?, ¡Esa jugada ameritaba roja!, ¡Sanciones para los jueces!, ¿Debe jugar con línea de tres? Y así de maneras similares. El comentario enriquece y también guía además de como dice Mario Kaplún: “El comentario aprueba o condena, aplaude o censura”.

Una definición práctica de comentario en general es la siguiente:

Es un formato de opinión que cumple en la radio la misma función que el artículo en un periódico, consiste en una narración en la que una persona aborda un tema con el fin de expresar una opinión y hacer partícipe de ella a los oyentes. El comentario es un género fundamental para la radio en un régimen democrático, pues permite la libre expresión y el debate de ideas y propuestas dentro de un marco de buen manejo del medio. (Díaz, 2012, p. 3)

Con este concepto entendemos de una manera macro la concepción del comentario que pese a que es utilizada en las variedades de radio; en el deporte tiene más interacción e incluso polémica.

Generar una opinión sea positiva o negativa acerca de una temática, se genera incluso con características esenciales que se deben cumplir para reproducir de una manera óptima este formato. Al pronunciarse en comentario se debe defender una tesis en base al razonamiento de la misma, a la presentación de argumentos y pruebas con la facilidad de que esta sea entendida por el oyente.

Cuando argumentamos por ejemplo sobre el mal funcionamiento de un equipo en el partido del fin de semana. Tenemos que presentar las pruebas del caso. ¿Por qué no funcionaron los delanteros?, los defensas estuvieron desconcentrados, no hay buen

nivel en los centrocampistas, los extranjeros no marcan la diferencia, no hay espíritu de equipo, no hay liderazgo, entre otros factores según sea el caso.

Siguiendo las normas descritas por Susana Herrera Damas el comentario en radio tiene rasgos para ser reconocidos:

Para identificar estas características, y siguiendo la metodología ya aplicada al caso de la crónica radiofónica (Martínez-Costa y Herrera, 2008, 29-48), hemos agrupado los rasgos propios del comentario radiofónico en torno a cuatro aspectos: el contenido, los recursos estilísticos, las técnicas de producción y realización, y el lugar que ocupa en la programación.

Mientras los dos primeros recogen parte de la tradición periodística de otros medios, los dos últimos son exclusivos de la radio. Y, aunque éstos últimos parecen agrupar rasgos estrictamente formales, tienen influencias sobre aquéllos, es decir, sobre el contenido y el estilo. (Herrera & Martínez, 2011, p. 5)

En cuanto a su contenido el comentario deportivo se refiere especialmente a los temas de actualidad y de solicitud de la audiencia, por ejemplo argumentar sobre la participación de los deportistas en los juegos sudamericanos realizados en marzo del 2014. Para estos juegos se destinó una determinada cantidad de presupuesto esperando superar la marca establecida en juegos anteriores; en algunos casos se superó en otros no. Y esto determina realizar un análisis argumentativo de las razones por las cuales no se logró. Estas pueden ser desde entrenamientos a falta de renovación incluso motivación o mala preparación.

Cuando uno realiza este tipo de análisis debe tener las pruebas y las fuentes para hacerlo. Se respalda en datos estadísticos y también en entrevistas que pueden corroborar lo que uno opinó.

El comentario en muchos de los casos representa las opiniones personales, más no la de los medios de esta manera su transformación en una opinión estrictamente personal sobre alguna temática.

Cuando uno se refiere al comentario con recursos estilísticos interpreta de una manera singular el lenguaje radiofónico.

Nos referimos aquí a los rasgos relacionados con el lenguaje utilizado y la expresividad radiofónica del texto. En este punto, el comentario se caracteriza, entre otros rasgos, por el uso exclusivo de la palabra y por una construcción estética muy austera y sujeta a la función argumentativa del género. Veamos cada uno de los rasgos estilísticos por separado. (Herrera & Martínez, 2011, p. 10)

En este caso existen periodistas que utilizan exclusivamente su pablara, sin interacción para poder defender sus argumentos. Comentarios personalizados con espacios determinados, incluso se los podría llamar editoriales que deben ser por recomendación realizados en un lenguaje entendible, conciso y rápido.

En cuanto a las condiciones de producción podemos encontrar esta descripción:

Las condiciones de producción y realización del comentario radiofónico agrupan a los rasgos relacionados con el modo de ejecutar en antena el texto, tanto desde el punto de vista narrativo como técnico. Bajo esta perspectiva, los rasgos que caracterizan al comentario radiofónico son: la transmisión habitual en directo y desde el estudio, la elaboración y presentación por profesionales de prestigio, la locución trabajada, la extensión breve y el alto grado de planificación del texto, que se refleja en un guion perfectamente cerrado. (Herrera & Martínez, 2011, pp. 19, 20)

El que el comentario lo realice un periodista de dilatada trayectoria favorece al resultado que se quiere imprimir en la audiencia. Una locución óptima con términos incluso sofisticados hace que el comentario tenga un valor agregado si es que viene de un profesional renombrado en el periodismo radial, especialmente en el deportivo cuando actualmente existen periodistas que incluso manejan marcas internacionales y que representan a medios de audiencia continental.

Finalmente y como se describe en la importancia de los géneros en la radio deportiva, existe el comentario que se integra a la programación; es decir espacios con temáticas específicas.

Nos referimos aquí a la presencia del género dentro de la programación, o del conjunto de programas que componen la oferta de una emisora. Como veremos, el comentario no tiene autonomía programática y no puede por tanto convertirse por sí solo en un programa, sino que necesita ir siempre acompañado de noticias, crónicas, entrevistas y tertulias en programas de tipo informativo. Se localiza sobre todo en programas informativos y en la radio generalista. Su periodicidad, duración y ubicación son fijas y con ellas se pretende establecer un hábito de escucha y un vínculo de familiaridad con la audiencia. La posibilidad de admitir patrocinio publicitario, junto a la contribución del comentario a la hora de construir la marca de la emisora, completa el resto de rasgos del género en lo que se refiere a su integración en la programación. (Herrera & Martínez, 2011, p. 24)

El utilizar espacios temáticos de comentario favorece a la estructura de la radio. Por ejemplo un programa de autos, debe tener su espacio de comentarios previo a lo informativo sobre lo sucedido en la última carrera nacional.

Estos rasgos determinan sin duda un tipo de reglamento que podemos seguir los periodistas deportivos y que ayudarán a ordenar nuestro trabajo sin duda.

En el caso de radio La Red, existen varios programas de comentario. “Jornadas Deportivas” es el programa (AAA) de la radio que tiene una gran audiencia y en donde se presenta de manera prioritaria este formato, el del comentario.

Es dirigido por Alfonso Laso Ayala y acompañado por Julio Laso, Reinaldo Romero y Patricio Díaz y en ocasiones acompañado por la presencia de alguna personalidad del deporte nacional. Jornadas Deportivas tiene al aire más de 40 años y su primer mentor fue Alfonso Lasso Bermeo, más conocido como “Pancho Moreno”.

Existen programas que tienen por supuesto espacios determinados y en los cuales se pueden utilizar varios de los rasgos descritos anteriormente. Otro de los programas en el que se incluye comentario puro y duro en radio La Red es Cándor Voces y Oídos del Deporte que es uno de los primeros programas con formato de la Radio Deportiva Quiteña.

A continuación se describe parte de la entrevista realizada por Jacinto Bonilla, productor de radio La Red a Rosendo Benalcázar Espinoza quien tiene más de 50 años de ejercicio periodístico deportivo en la ciudad de Quito.

¿Recuerda cuál fue el primer programa deportivo en Quito?

En 1956 Blasco Moscoso estrenó Cándor, Voces y Oídos del Deporte Radio Nacional Espejo propiedad de Gerardo Berborich.

¿Cuál era el horario y la temática?

-Se difundía de 12:30 a 13:00. Para ese entonces, 1957, Blasco me llamó para que le acompañase. Yo iba a las sesiones del fútbol y la Concentración Deportiva de Pichincha y teníamos las primicias de programación y novedades del deporte. En ese tiempo no teníamos grabadoras y por ello las figuras del deporte concurrían a la emisora para ser entrevistadas. También revisábamos los diarios de Quito y Guayaquil. El horario era ‘estelar’ pues a esa hora la gente almorzaba y que mejor acompañarse con información deportiva. Eran tiempos en que la ciudad al mediodía era desierta. Todos se dedicaban a comer y descansar. (Bonilla Prado, 2010, p. 25)

De esta manera se tiene una perspectiva no solo de la utilización del comentario como formato singular de varios programas, si no también algo de referencia de la utilización de los mismos en el periodismo deportivo de Quito.

Se puede decir que el comentario deportivo tiene a grandes opinólogos en el país, que tienen programas de sintonía regional y nacional y que son incluso en ocasiones la cara visible de los hinchas del fútbol por ejemplo o de los interesados en otros deportes. El comentario con argumentos enriquece y permite aprender día a día.

3.3 Entrevista

La entrevista es el formato sin duda preferido por el oyente. Gracias a ella conocemos más cerca de un tema o de una persona, su trayectoria, su trabajo, su opinión y demás factores.

Eleazar Díaz Rangel en un trabajo acerca de la entrevista sostiene que “Siete de cada diez noticias que diariamente se difunden en la prensa, la radio o la televisión han sido obtenidas mediante entrevistas, aun cuando no sean expresadas en diálogos explícitos” El propósito fundamental de la entrevista es recabar información que se solicita mediante la formulación de preguntas a alguna persona, figura social o política. También está permitido manejar los temas de manera que se puedan cercar y flejar, calentar y refrescar para que la tensión suba y baje a medida que transcurre la conversación. (Díaz, 2012, p. 3)

La entrevista es el formato que todo periodista debe utilizar. En el deporte especialmente los reporteros lo practican todos los días, la entrevista nos permite conocer a fondo gracias a un trabajo de preguntas pero con una investigación previa que debe ser necesaria. Para uno preguntar debe manejar el tema y conocer los antecedentes.

Es un formato informativo de primera mano, pero precisamente por esto no es fácil de manejar, pues a veces creemos erróneamente que se trata de un cuestionario. La entrevista exige una investigación previa del entrevistado, su pensamiento, acción vida planteamiento y todo aquello que le permita elaborar un cuestionario tentativo o una guía de preguntas que en ningún caso sea inmodificable. (Díaz, 2012, p. 3)

En estudios, en los escenarios deportivos, en las canchas de entrenamiento se utiliza este formato en el deporte y dada la falta de profesionalización en muchas ocasiones se pregunta sin una base teórica y sin concentración.

Nos permitimos determinar varios puntos entorno a los tipos de entrevistas que se pueden utilizar en el periodismo deportivo en base a las experiencias personales:

3.3.1 Entrevista simple

Este tipo de entrevista se utiliza especialmente como previa o conclusión de un tema y como generalidad conocer la opinión o el uno de vista. En el deporte se utiliza mucho los tiempos y los acontecimientos. Utilizar la entrevista simple es apropiada antes de un evento por ejemplo para conocer en qué condiciones llega el deportista a la competencia, conocer si hay novedades, saber sus deseos, conocer acerca de sus oponentes e ítems parecidos.

En el campo periodístico y dentro de ello en lo deportivo se acostumbra a realizarlas en vivo en los espacios necesarios en la radio para emitir dichas entrevistas. La entrevista se la realiza en campo, muchas veces desde estudio y otras tantas en circunstancias diferentes; es decir utilizando canales telefónicos o el internet.

La entrevista personal debe ser rápida, concisa, amigable, clara, y objetivo sobre todas las cosas. En el fútbol por ejemplo para emitir una entrevista radial en entrenamientos es acostumbrada hacerlo e tiempo aproximado de cinco minutos para que no canse y llegue el mensaje más claro.

Para que una entrevista sea agradable: “Es necesario tener en cuenta varios factores, ya que el objetivo de la entrevista determina la técnica y el estilo que se debe utilizar” (Hitchcock, 1993, p. 14)

Un buen periodista debe conocer el arte de lograr que el entrevistado se sienta a gusto y de entablar una conversación amena para que hable

con fluidez. Es recomendable comenzar con preguntas fáciles y agradables para romper el hielo, ya que si la fuente percibe que el reportero tiene un buen conocimiento del tema se sentirá más inclinada a hablar franca y ampliamente, en lugar de considerar que debe explicar cada detalle. (Hitchcock, 1993, p. 14)

Utilizar el lenguaje verbal es necesario pero también hay que manejarse con el lenguaje no verbal, utilizar las expresiones, señas y sonrisas son necesarias también para que el entrevistado se sienta bien.

En la mayoría de ocasiones y por supuesto tomando el ejemplo del deporte del balón, este tipo de entrevistas se las realiza con la presencia de más de un periodista lo que permite una interacción entre más actores, que se vuelva más dinámica la misma y que sea más entretenida para el oyente ya que se tiene distintas preguntas con distintos puntos de vista.

3.3.2 Entrevista profunda (perfil)

El conocido perfil es un ejercicio periodístico que gusta mucho y que está de moda hoy, a diferencia de la entrevista simple en el deporte se utiliza aquello para conocer el otro lado del protagonista.

Con este formato se puede enterar más allá en el entrevistado y conocer detalles que no se muestran a diario y que a la audiencia interesa de sobre manera. Saber sobre el lugar de nacimiento, los inicios deportivos, conocer sobre sus mentores, las dificultades sociales, las alegrías y tristezas y de más situaciones.

Así como se escucha es muy entretenido pero hay que saber llevar un proceso previo para no perderse y tener continuidad en la misma. Es necesario una investigación previa y preguntar en base a lo que uno ya conoce del protagonista entorno a los datos generales que son de conocimiento público.

En base a esos antecedentes uno puede jugar con las preguntas e ir construyendo la historia que el actor quiere, con eso uno no quiere decir que sea la más destellante e interesante pero es la real y provoca por supuesto reacción.

Las preguntas deben ser estructuradas con anterioridad y almacenadas en una base de datos para que puedan ser utilizadas con otros protagonistas que tengan parámetros parecidos. El perfil muestra el “Lado B” de la persona. El oyente a veces llega a quererlo más, o crear antipatía o simplemente tener más respeto o desinterés. Eso es lo que se quiere producir con este formato.

En radio se juega mucho con los tiempos y espacios coordinados con sonido es necesario realizar una limpieza del audio de la entrevista para después poder mezclarla con audios, goles y música. Preparar un producto que guste y cree también sentimientos.

A continuación se muestra un ejemplo transcrito de un perfil realizado a José Francisco Cevallos Enríquez, jugador profesional de Liga Deportiva Universitaria de Quito.

En el mismo se describen por obvias razones las preguntas y respuesta, más no la edición y musicalización en general. Entrevista realizada por William Dávila Bastidas.

“Entrevistador: ¿Cuáles son los primeros recuerdos de la infancia?

Futbolista: Siempre miraba la pelota, en los recuerdos tengo los estadios, desde chiquito cuando vivíamos en Guayaquil jugábamos sin importar que llueva hasta las horas de la noche, son recuerdos inolvidables que ahora uno que puede estar en una institución grande los valora mucho más.

Entrevistador: ¿Hubo alguna relación con la tierra de tu padre?

Futbolista: Si bien es cierto mi padre es de ancón pero cuando murió mi abuelito pasó en Milagro, de ahí también es mi madre y los fines de semana tenemos muchos recuerdos de Milagro. Jugábamos en el Club Nacional de Milagro en los diferentes equipos.

Entrevistador: ¿Qué significa Barcelona Sporting Club para la familia?

Futbolista: Yo desde chiquito era pasabolas y estaba en el arco tras de él. Fue una bonita etapa, mi papá no salió de la manera que debía salir de Barcelona pero fue una linda etapa.

Entrevistador: Sobre los equipos de Milagro.

Futbolista: Recuerdo el Milagro Sporting, después el Pajarito Cantos, llegué a Barcelona a los 11 años y jugué un par de años, de ahí pase a la academia de mi papi que tiene una academia de fútbol allá.

Entrevistador: ¿Cuáles eran los concejos del mejor arquero ecuatoriano de la historia?

Futbolista: Cada vez que estoy en el juego siempre me va apoyar siempre me apoya, me ha tocado hacerle par de goles a Barcelona y siempre se ha puesto contento, eso me da fuerzas de apoyo sabiendo que tengo apoyo incondicional de mi padre.

Entrevistador: ¿Cómo se sintió el primer gol en su carrera profesional, precisamente frente a Barcelona?

Futbolista: Fue de mucha emoción, mucha alegría, primero de saber que estaba en un clásico que lo veía de chiquito por televisión. Me sentía muy feliz y muy emocionado se me vivieron muchas cosas a la cabeza. Es un momento que nunca va a olvidar.

Entrevistador: ¿En qué posiciones de ha desempeñado a lo largo de su carrera?

Futbolista: Desde chiquito fue delantero, cuando llegue a Liga el profe Patricio Hurtado me vio condiciones para ser media punta, desde ahí me siento mejor incluso jugando de enganche.

Entrevistador: ¿Qué personajes admiras dentro del fútbol?

Futbolista: Muchos personajes que han dado mucho al Ecuador como Iván Hurtado, Ulises De La Cruz, Patricio Urrutia por sus instituciones y por la selección nacional. Muchos jóvenes tenemos que seguir los pasos de ellos porque han tenido una carrera muy recta.

Entrevistador: ¿Cuáles han sido las experiencias en las selecciones juveniles del Ecuador?

Futbolista: Gracias a Dios he tenido las oportunidades de estar desde la Sub 15 con el profesor Rodríguez, en la Sub 17 también con el profesor Rodríguez y ahora en la Sub 20 con el profesor Rosero. Desde chiquito uno tiene la ilusión de la convocatoria entonces vamos a tomar las experiencias para hacer un buen torneo en el sudamericano.

Entrevistador: ¿A quién admira en el fútbol europeo?

Futbolista: Veo mucho el fútbol de otros países, me gusta cómo juega Mesut Özil del Real Madrid, también Xavi Alonso. Trato de ver cómo juegan para consolidar el juego.

Entrevistador: ¿Cuáles son los objetivos trazados a mediano plazo?

Futbolista: Sé que tengo mucho por mejorar todavía, tengo grandes compañeros y un gran técnico que me está formando, ojala Dios quiera pueda salir del país, para conocer otras costumbres, otras ideas y ojalá poder estar en la selección mayor.

Entrevistador: ¿Qué técnicos han marcado su carrera?

Futbolista: Todos han marcado mi carrera, sería injusto ir nombrando porque me olvidaría de muchos de mis entrenadores en Guayaquil cuando era pequeño, pero siempre agradecido de todos porque me han enseñado diferentes cosas.

Entrevistador: ¿Cuál es el sentimiento al tener un padre como figura pública?

Futbolista: Es muy lindo, saber que a él lo conoce la mayor parte del Ecuador, a donde va, le piden fotos, uno se siente orgulloso de tener un papá así que se ha ganado el cariño a base de esfuerzo y de trabajo. Al igual que mis hermanos vemos lo bueno de él y seguimos sus pasos.

Entrevistador: ¿Qué significa Liga Deportiva Universitaria?

Futbolista: Es mi casa, me siento muy a gusto aquí, siempre nos han tratado de maravilla, siempre pendientes y cordiales, tenemos un gran cariño por Liga. (Cevallos Enriquez, 2011), entrevista radial.

Como se observa en el ejemplo, implica un tiempo más extendido en relación a la entrevista normal en donde intervienen esos temas que no se hablan a diario. En este ejemplo nunca se mencionó la situación actual del equipo por ejemplo, tampoco se pidió una opinión del último resultado ni se critica actuaciones previas.

3.3.3 Entrevista en rueda de preguntas (Rueda de Prensa)

En el mundo de los medios de comunicación la Rueda de Prensa es como visitar a un familiar en la vida de los seres humanos, con mucha frecuencia lo hacemos y es permanente el accionar de aquello. “No es extraño que un periodista deportivo cubra una rueda de prensa y para hacerla productiva, debe prepararse adecuadamente” (Hitchcock, 1993, p. 22).

Es así como cada uno de los periodistas pasarán por una de ellas, participar de una rueda de prensa es muy habitual en el mundo del deporte. Hoy los equipos, las organizaciones, los deportistas que se manejan solos, en fin los actores deportivos organizan la rueda de prensa para tener más control de los periodistas, para aprovechar el tiempo con el personaje, para poder organizar por medios (radio, tv y prensa) e incluso para ser repetitivos.

Para tener éxito en el trabajo que se desarrollará en una rueda de prensa radial hay varios elementos que se deben tomar en cuenta y que se describen a continuación por la vivencia periodística:

- Preparación de las interrogantes.
- Evitar comentar y cuestionar, hay que realizar la pregunta en base a los principios periodísticos de respuesta.
- Ser ordenado e identificarse con el medio.
- Atender las otras preguntas y respuestas, en muchos casos el periodista es redundante.
- Aprovechar el tiempo y el espacio, reunir varios conceptos en la pregunta a realizar.
- Observar al entrevistado y jugar con el lenguaje no verbal.
- Omitir felicitaciones y críticas.
- Ser creativo y original

Estos factores permitirán que el ambiente en la rueda de prensa y el trabajo que se emite sea de agrado. La nota grabada o en vivo debe ser clara y las preguntas de los otros periodistas deben ser escuchadas totalmente. En ocasiones es necesario editar para que la fidelidad sea la óptima.

3.4 Reportaje

El reportaje permite profundizar la conversación con el entrevistado, el reportaje es un formato más compuesto y en ciertos casos especializado. En radio se aprovecha este tipo de ejercicio cuando la coyuntura lo requiere. Es muy habitual en los entrenadores, dirigentes deportivos, figuras, destacados en los distintos deportes.

Varios son los conceptos que se han encontrado acerca del reportaje radiofónico y continuación compartimos el que creemos más acertado para la radio:

Es un formato que permite ir a fondo de la información. Es el tratamiento más o menos exhaustivo de un tema o problema en el que al tiempo que este es presentado, se oyen voces al respecto de expertos, testimonios opiniones, versiones de los responsables de la situación y otros tantos recursos que pueda recopilar el productor.

El reportaje de la radio puede realizarse en vivo o grabado. En primer caso se desliza desde el sitio de los acontecimientos y puede hacerlo un reportero o varios. En su presentación se hace una descripción del hecho y luego se pasa a algunas entrevistas a través de las cuales se consulta la opinión de testigos o expertos. (Díaz, 2012, p. 25)

En radio existe la posibilidad de realizar reportajes en vivo con la presencia de los testimonios y protagonistas in situ. En Radio La Red el programa Tertulia, Café y Fútbol conducido por Jacinto Bonilla se caracteriza por aquello.

El programa se emite una vez por semana, todos los domingos en horario matutino, por lo general antes de las denominadas previas de las transmisiones. Según nos contaba Jacinto Bonilla quien es su conductor; la clave está en prepararse según el tema pero también existe la posibilidad de ir improvisando a medida de que la entrevista se desarrolle.

De esta manera se pueden generar diálogos con nuevas interacciones, con respuestas, llamadas de la gente que escucha y más. Así se convierte en un reportaje que posee varios elementos que claro está también pueden ser pregrabados y armados manualmente.

Si se pudiera sugerir un concepto base, se apegaría al siguiente:

El reportaje es un modelo de representación de la realidad que a partir del monólogo persigue narrar y describir hechos y acciones de interés para el oyente, proporcionándole un contexto de interpretación amplio en los contenidos y el uso de fuentes rico, variado y creativo. En este sentido, constituye un género autónomo que se asemeja a otros pero que, al mismo tiempo, tiene unas particularidades específicas. (Herrera, 2007, p. 91)

Al ser un género autónomo lo convierte en uno de los más dinámicos y entretenidos, sin duda el escuchar un reportaje radial hace que las programaciones en radio sean distintas y desapegadas de lo convencional.

Es por eso que varios programas como es el caso de Tertulia, Café y Fútbol aprovechan la riqueza de dicho formato para citar entre sus personajes a grandes protagonistas y llevarnos a la cotidianidad que los oyentes quieren escuchar.

3.5 Transmisión

Queda la duda al saber si llamarlo formato radial dentro del periodismo deportivo, pero la transmisión sin duda es el espacio de más audiencia y expectativa, la conjugación de voces, entrevistas, previas y el acto deportivo en si puede conllevar mucha emoción y tristeza a la vez. Sin duda es el género más determinante.

La transmisión de cualquier disciplina requiere una producción previa, preparación de materiales, notas especiales, datos estadísticos y por su puesto el plato fuerte. A continuación y en base a las experiencias y en entrevistas podemos diagramar una estructura de una transmisión deportiva.

3.5.1 Producción

Por supuesto que hay que preparar las transmisiones deportivas sea cual sea el evento. El trabajo de producción va desde los temas tecnológicos de condiciones de equipos, ubicación de periodistas, asignación de talentos hasta la esquematización de la transmisión.

Este trabajo empieza desde la fecha en que es asignado el evento deportivo, pasa por la coordinación de líneas telefónicas o del medio tecnológico que se va a utilizar y termina esta fase con la asignación de los periodistas y las funciones que van a cumplir.

Paralelamente se indican las notas, especiales, estadísticas y demás elementos que serán utilizados durante la transmisión y también las funciones a realizar después del evento.

3.5.2 Previa

Se denomina así al espacio que existe entre el inicio de transmisión y el inicio del partido. En este tiempo se aprovecha todos los factores pre partido que suelen suceder. Entrevistas a autoridades, entrevistas a hinchas, situación de los escenarios,

informes de concurrencia y se acompañan con audios pregrabados y editados que recuerdan en qué estado llega el equipo o el personaje al acontecimiento.

Cuando la situación lo amerita o si existe el material indicado se elaboran y reproducen estadística de juego, pequeñas entrevistas de archivo o se realizan contactos especiales según sea la necesidad. Toda esta información previa es realizada por los reporteros o denominados “Borde de campo”.

3.5.3 Partido

Ya en el juego empieza la verdadera labor de los relatores y comentaristas, estos son los encargados de cómo sus nombres lo indican, contarnos y opinar acerca de los hechos del momento. Eso además es acompañamiento por la labor de un locutor comercial quien es el que brinda espacios de descanso a los otros protagonistas y por su puesto pronuncia la publicidad radial.

Es importante que se midan los tiempos y se sigan las instrucciones dadas en la producción. El estilo es propio de cada uno y es subjetivo ante el gusto de los oyentes.

3.5.4 Post Partido

Luego del resultado del juego, enseguida vienen las impresiones, entrevistas y conclusiones generales en materia de comentario. Es vital que los reporteros obtengan la mayor cantidad de opiniones de los dirigentes deportivos, autoridades, personajes especiales y demás.

Luego vienen las populares rueda de prensa que se presentan en la mayoría de escenarios luego de los juegos y que permiten en un espacio puntual absolver todas las preguntas que generan los medios de comunicación. Por lo general los entrenadores asisten a este evento.

Luego se complementan con entrevistas personales que puedan faltar, especialmente a los protagonistas. Terminando con un comentario final de lo que fue el juego.

Todos estos elementos son una radiografía de lo que semana a semana y a veces en más de una ocasión semanal, sucede en una transmisión deportiva. A veces están acompañados de contratiempos y un tanto de estrés pero sin duda son las más emocionantes de realizar y las que personalmente creemos que gradúan profesionalmente a un periodista.

3.6 Producción Radial (Radio Drama)

El mundo de la radio deportiva necesita una constante innovación, es ahí que surgen nuevas ideas, nuevos métodos y nuevos formatos. Los radio dramas casi desde los inicios mismos de este medio han sido utilizados. Existen variedades y temáticas especiales; por ejemplo como no olvidar los episodios de “Kalimán” que nació en México y que fue emitida en varios países con mucho éxito.

Aunque el ejemplo es en realidad una serie, la idea es la misma para los temas que se realizan ahora tanto en el deporte como en otro tipo de radios; es decir, la idea, locución, implementación y edición hacen de este formato uno de los más apetecidos para romper los esquemas tradicionales.

El deporte tiene la ventaja de tener de protagonistas a personajes de mucha importancia, hacer una producción pensando en la primer convocatoria de un jugador, no es menos importante que realizar una con los jugadores de la selección ecuatoriana de fútbol, la clave está en la magia la idea y la creatividad para hacerlo.

¿Qué elementos se debería usar en este tipo de formatos?

3.6.1 Tema

Es recomendable buscar la temática del trabajo en relación a la coyuntura, aunque es interesante también recrear algo histórico, eso sí, siempre debe ser relevante.

3.6.2 Personajes

Manejar más de dos personajes es ideal para realizar contraste del tema, si es uno solo se debe ampliar el espectro de la temática general para generar más respuestas y así enriquecer en producto.

3.6.3 Entrevista

La entrevista debe ser grabada y realizada en un contexto de confianza, existen personajes difíciles pero se debe encontrar el camino para poder tener esas respuestas distintas.

3.6.4 Locución

Una vez que se tiene la grabación, es necesario según la historia que se va a contar, encontrar qué frases agregar a la línea de tiempo de la producción, a veces suelen ser repreguntas, a veces comentarios o simplemente pequeños textos que complementan.

3.6.5 Edición

Una vez que se tiene listo el trabajo de locución, buscar las melodías y material audible es importante, agregar goles, por ejemplo, canciones preferidas, momentos especiales radiales, otras entrevistas, en fin mientras más se pueda mezclar, mejor será el resultado. Luego de la edición y masterización el producto estará listo.

La idea final se verá reflejada en una historia que debe cautivar y llenar de emoción a la audiencia, hablar sobre el primer medallista olímpico, sobre las voces de la clasificación mundialista, sobre los inicios de un director técnico, sobre las complejidades de los dirigentes, sobre la dureza del trabajo de entrenamiento y más

puede generar que este tipo de formatos sean muy bien vistos ante el oído del público.

3.7 Las redes sociales en la radio deportiva

Con la intervención del internet en cada una de nuestras vidas y en nuestros oficios, llegaron también las maneras de poder potenciar y ayudar en cómo desarrollar nuestros estilos de vida de parte de todo lo que ofrece el internet.

Y es que las redes sociales han permitido que los periodistas tengan una forma de canalizar de manera distinta lo que quieren informar. En el caso de la radio se podría expresar como una manera de apoyo, ya que por el momento no existe una red social que reemplace por completo al trabajo radial en el deporte. Lo que sí se ha logrado es tener una importante ayuda en el trabajo de los periodistas.

Con el avance de las nuevas tecnologías y el crecimiento de la web 2.0 cada vez más gente puede estar “conectada con el mundo”. Internet hoy en día permite que cualquiera pueda saber lo que ocurre en cualquier lugar a cualquier hora, en un mundo globalizado donde los nuevos medios permiten que esto sea más sencillo. Internet permitió conocer noticias internacionales y buscar información de manera más sencilla, pero cada vez más instrumentos permite que la participación del internauta hoy pase de ser pasiva a activa. Quiere decir que uno no solo recibe información sino que también la puede crear para que cualquiera la use. (Hesses & Mazzitelli, 2013, p. 32)

Y es que en lugar de pensar que las redes sociales son una competencia para los otros medios de comunicación incluyendo a la radio, tenemos que pensar que el trabajo que se realiza puede ser complementado de tal forma que el producto final que se emite sea más completo e interactivo.

Hoy por hoy el Twitter y Facebook ofrecen usuarios de mucha credibilidad a la hora de dar informaciones; los mismos medios escritos, de TV y de Radio tienen en sus cuentas información que en mucho de los casos es imitada al instante en sus redes.

El Twitter se ha convertido en un fenómeno que permite ser un acompañante ideal en una transmisión radial. ¿Cómo? Con fotografías, información al instante e incluso transmisión con distintos aplicativos de Twitter.

Hay aplicaciones que permiten retransmitir programas radiales e incluso acompañarlos por una señal en vivo de video. La idea no es reemplazar, más bien es la de acompañar.

Existen nuevas redes como Instagram, Vimeo, Soundcloud, Tunein entre otras que desarrollan su trabajo de la mano de la radio, siendo ahora parte fundamental en relación a las herramientas que utilizan los periodistas deportivos radiales. Eso sí y por supuesto con las mismas normas y ética que se emiten en los medios regulares.

CAPÍTULO 4

LECTURA COMUNICATIVA E IMPORTANCIA

4.1 Lectura comunicativa

Los medios de comunicación tienen como fin principal informar sobre los distintos hechos y acontecimientos de interés; que los medios utilicen estilos y ciertos métodos para llegar de mejor manera a su público es totalmente válido.

Los formatos nacieron para aquello para idear instrumentos que sean de gusto para el público, en el caso de la radio deportiva y la labor que hacen sus periodistas, hemos visto que en nuestro país inicio de una manera no tan estructurada pero eficiente desde la práctica y desde las necesidades del día.

Utilizar un noticiero por ejemplo en el horario matutino, vespertino o nocturno facilita la comprensión sistemática de la información, como hemos visto es necesario estructurar de manera corta, precisa y simple las ideas para que el mensaje llegue de manera correcta. Acompañar por supuesto aquello con otros elementos cómo música, goles y recuerdos es totalmente ideal y de gusto.

Pasando a la entrevista y sus distintas modalidades cabe mencionar que para uno conocer más ampliamente de este tema recurre a este formato, por ello este tipo de programas tienen sintonía destacada. Ingresar a la persona y describir al público lo que ellos desean saber, comunicar a través de aquello es imprescindible en una radio con mención deportiva, y que con ello se consiguen muchas otras cosas que se verán reflejadas en el resultado.

De ahí es más los formatos en transmisión, las producciones radiales, los perfiles y demás requieren mucho trabajo previo, investigación y trabajo de producción y en algunos casos edición y producción posterior que determinan un trabajo de calidad.

La radio es un medio que puede fusionarse con otros y encajar de manera perfecta, hoy por hoy se transmiten programas en simultáneo de radio en tv, al mismo horario y con resultados positivos se juega con la cierta informalidad de la radio con la posibilidad de agregar otros elementos que embellecen el trabajo, incluso estar apartado de esa característica de la radio que es no conocer físicamente a los locutores.

En el medio actual el uso de las redes sociales como habíamos mencionado es catalogado de manera casi indispensable en los distintos espacios por lo que ofrece, fusionar la rapidez de información de las redes sociales, con la rapidez de generación de noticia de la radio da como resultado un producto filtrado u al instante como lo exige la misma noticia.

El uso de los formatos debe estar encaminado a aquello, en poder utilizarlos de manera adecuada, procesada e incluso programada para que el trabajo del periodista deportivo sea el mejor. Hay que dejar de lado la improvisación y hay que empezar a realizar el trabajo con preparación e investigación.

Los formatos nos brindan esa posibilidad, hay que explotarlos al máximo para poder realizar periodismo de radio en la radio.

4.2 Importancia

En nuestro país el periodismo deportivo carece de una profesionalización, no existen cifras exactas o estadísticas de un ente público o privado pero en apreciaciones generales se puede decir que es al momento de más del 50%, es decir existen en el medio personas que ejercen sin un estudio previo; eso no es condenable en la mayoría de ocasiones porque pese a no tener estudios en el campo necesario, nuestros grandes mentores realizaron técnicas y construyeron teorías que nos brindan el trabajo que en la mayoría de emisoras se realiza hasta el momento.

En el caso de radio La Red, los formatos se desarrollan en los espacios determinados con los periodistas determinados:

Más que de los formatos depende de quién y de cómo lo conducen. En la misma radio se puede tener distintos conductores y distintos formatos. La idea es tener una variedad en general con los conductores y que ellos realicen los programas empleando los formatos. Los formatos no deben repetirse y contagiarse de programa a programa **(Laso Ayala, 2014)**, y eso también es importante, no abusar de la presencia de un formato en todos los horarios y segmentos de la radio, escuchar la misma voz aburre, cansa y podría terminar en pérdida de sintonía lo que es casi una sentencia en una radio.

“Los formatos también tienen que ver como los temas, las visiones y el público. Los conductores pueden dar el formato que se acerquen a las necesidades y a lo que el periodista se relaciona más” **(Laso Ayala, 2014)**

De esta manera se puede entender las facetas que debe tener un periodista para desempeñar varias funciones, los formatos en la radio deportiva pueden ser variables y en muchas ocasiones se pueden mezclar en un mismo programa varios formatos.

Es importante saber cuándo es el tiempo, cuál es el horario, el público objetivos e incluso las necesidades comerciales; cuando existe coordinación entre estos aspectos se puede aprovechar y se reflejará la importancia implícita del uso de los formatos en los medios deportivos.

Otro elemento importante y ya antes mencionado, además que se ha esperado por mucho tiempo, es tener la posibilidad de profesionalizar esta carrera, hoy en el país no existen carreras universitarias o maestrías que puedan potenciar el trabajo periodístico, los seminarios y cursos son buenos pero no son complemento al 100% del trabajo que los periodistas puedan desempeñar y del uso de los formatos de los cuales puedan especializarse para ejecutarlos.

CONCLUSIONES

- Los formatos empleados en el periodismo deportivo en nuestro contexto, no son utilizados de manera unánime y de manera correcta por los medios de comunicación que se dedican al ejercicio deportivo informativo.
- Los formatos existentes en el medio son fruto en su mayoría de la praxis y el desarrollo de métodos sin una base teórica. Una buena cantidad son emulados de otros países pero no han tenido evolución; no por ello son inválidos pero es necesario refrescar los mismos.
- Es posible fusionar distintos formatos en un mismo programa radial, la clave está en determinar los tiempos y momentos justos, así como los periodistas que ejerzan de mejor manera los objetivos planteados.
- Los periodistas deben someterse y practicar los distintos formatos, se puede especializar en uno, pero es necesario saber de manera primaria cada uno de ellos para lograr hacerlo cuando las exigencias lo requieran.
- Las medidas de audiencia y sintonía sirven como herramienta para determinar los horarios y los formatos. Hay que determinar el target, la frecuencia y el estilo que se puede brindar con los formatos.
- La falta de profesionalización del periodismo deportivo en el Ecuador afecta en la implementación de formatos en los distintos medios, se recurre mucho a la improvisación y a un estilo lineal carente de trabajo previo.

RECOMENDACIONES

- Es necesario, que en el caso de Quito los gremios periodísticos (APDP y Círculo de Periodistas) sugieran el uso de formatos para calidad de los mismos medios de comunicación que a la final beneficiará a los mismos periodistas y al público.
- Los medios de comunicación deben realizar una constante investigación e innovación entorno al formato y a la estructura de sus programas. Mantener las mismas ideas de hace décadas puede desencadenar en pérdida de audiencia.
- Es recomendable en ciertos programas ejercer varios formatos; por ejemplo: Empezar con un noticiero, pasar por bloque de entrevistas, continuar con debate deportivo y cerrar con una producción radial, lo importante es la variedad con calidad y preparación.
- Ser locutor de noticieros, participar de entrevistas, comentar o narrar una disciplina deportiva es vital para poder ser parte de los espacios de la radio. Desde hacer un programa serio de entrevistas, como participar en un programa de debate informal o ser parte importante de una transmisión deportiva.
- Los estudios de audiencia no son del todo verdaderos, en todo caso debería usar el resultado de ellos para buscar y analizar opciones con el fin de mejorar el programa radial, corregir estilos y cambiar de formato.
- Sugerir a los gremios y autoridades la profesionalización de sus empleados, la formación académica que es complemento con la formación en el trabajo. Todo es complementario y necesario. Hay que hacerlo pese a la falta de espacios concretos de estudio en el país.

LISTA DE REFERENCIAS

- Mattelart, A., & Mattelar, M. (1997). *Historia de las Teorías de La Comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Rizo, M. (2013). *Universidad Nacional Abierta y a Distancia*. Retrieved 2014 from www.datateca.unad.edu.co:
http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401103/EPICOM_/leccin_39.html
- Rivera, C. A. (2012). *Géneros, programas y formatos radiofónicos: algunas reflexiones para su distinción*. San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Pascualli, A. (2014). *www.zonalibre.org*. From www.zonalibre.org:
<http://teoriacomunicacion.zonalibre.org/archives/Libro/UNIDAD%20I.pdf>
- Cruz, J., Díaz, I. N., & Cabrera, J. (2011). *Pensamiento Híbrido*.
- Erazo, L. (1980). *Manual práctico de Radiodifusión*. Quito.
- Laso Ayala, A. (2014). Entrevista. (W. Dávila Bastidas, Interviewer)
- Hitchcock, J. (1993). *Periodismo Deportivo*. Voluntad.
- Cevallos Enriquez, J. F. (2011). Perfil Juveniles. (W. D. Bastidas, Interviewer)
- Herrera, S. (2007). *El reportaje en radio*. From http://grupo.us.es/grehcco/ambitos_16/06herrera.pdf
- Hesses, S., & Mazzitelli, A. (2013). *Univerisdad De Palermo*. From www.palermo.edu:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=163&id_articulo=6133
- DeFleur, M. (2013). *Fundamentos de la Comunicación*. Retrieved 2014 from www.fundamentosdelacomunicación2.wikispaces.com:
<http://fundamentosdelacomunicacion2.wikispaces.com/Teor%C3%ADa+de+la+aguj+a+hipodérmica>
- Pareja, R. (1984). *Historia de la Radio en Colombia*. Bogotá: Servicio colombiano de comunicación social.
- San Félix, A. (1991). *Radiodifusión en la mitad del mundo. "Apuntes Históricos"*. Quito: Nacional.

Díaz, E. (2012). *Web oficial de la Universidad de Quilmes*. From <http://www.unq.edu.ar>

Herrera, S., & Martínez, C. (2011). *Academia.Edu (Rasgos del comentario radiofónico)*. From www.academia.edu

Bonilla Prado, J. (Julio de 2010). *Sistematización de las Experiencias Comunicacionales y Narrativas el Programa Tertulia, Café y Fútbol*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Ibarra, H., & Novillo, V. (2010). *La radio en Quito (1935 - 1960)*. Quito: Museo de la Ciudad.