



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

MAPEO DE MEDIOS DEPORTIVOS EN ECUADOR. DE LO
TRADICIONAL A LO DIGITAL

AUTOR

ANDRÉS FELIPE CHÁVEZ PÉREZ

AÑO

2019



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

MAPEO DE MEDIOS DEPORTIVOS EN ECUADOR. DE LO TRADICIONAL A
LO DIGITAL

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciado en Periodismo

Profesor Guía
Diego Hernán Melo Pérez

Autor
Andrés Felipe Chávez Pérez

Año
2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido el trabajo, Mapeo de medios deportivos en Ecuador, de lo tradicional a lo digital, a través de reuniones periódicas con el estudiante Andrés Felipe Chávez Pérez, en el semestre 2019-10, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

Diego Hernán Melo Pérez
C.I: 1712830031

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

Declaro haber revisado este trabajo, Mapeo de medios deportivos en Ecuador, de lo tradicional a lo digital, del estudiante Andrés Felipe Chávez Pérez, en el semestre 2019-10, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

Francisca Luengo Baeza

C.I: 1708942246

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Andrés Felipe Chávez Pérez
C.I.:171376028-6

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme la oportunidad de vivir, por todas las bendiciones que me ha dado, su protección y amor eterno. A mi familia, en especial a mi padre que me apoyó y me llevó de la mano desde el primer día de mi vida. Esto es para ti por nunca dejar de confiar en mí. A mis hermanos y abuelos que han sido motivación constante con su ejemplo, cariño y apoyo. Finalmente, a mis profesores, Francisca Luengo por su ayuda y guía, a Diego Melo por toda la paciencia, enseñanza y amistad. Gratitud eterna, profe.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a la memoria de mi madre. Sé que jamás te has separado de mí, siento tu presencia y protección todo el tiempo. Reconozco que no ha sido sencillo sin ti, pero sé que estás orgullosa de mí y que esperas que sea feliz. Te extraño cada día de mi vida y te amo, esto es para ti.

RESUMEN

Este proyecto busca identificar el estado actual de los medios deportivos de Ecuador, haciendo un repaso histórico de los inicios y el presente en el que se añade la llegada de la era digital. Se obtuvo información mediante entrevistas a periodistas deportivos, emprendedores y profesores en comunicación digital. Se realizó un mapeo de los medios deportivos en Ecuador, tradicionales y digitales. Se complementó con la información sobre la situación actual de los espacios periodísticos deportivos de internet de España. Finalmente se buscó contestar a inquietudes relacionadas al financiamiento, contenido, audiencia, rentabilidad y características de los medios deportivos digitales.

ABSTRACT

This project seeks to identify the current state of sports media in Ecuador, making a historical review of the beginnings and the present of the media, through a context that is coupled with the arrival of digital sports media. Information was obtained through interviews with sports journalists, entrepreneurs, professors in digital communication and journalists. A mapping of sports media in Ecuador, traditional and digital, was carried out and the current situation of Ecuadorian digital sports media was compared with those of Spain. Finally, we sought to answer concerns related to financing, content, audience, profitability and characteristics of digital sports media.

ÍNDICE

1. Tema del reportaje	1
2. Objetivo general del reportaje multimedia.....	1
3. Justificación de selección del tema.....	1
4. Antecedentes y contextualización del tema	2
4.1 Radio la red y la radio temática deportiva	5
5. Marco teórico	8
5.1 Periodismo deportivo.....	8
5.2 Medios digitales y dinámica de la web 2.0.....	10
5.3 Periodismo deportivo en la web	11
5.4 Los medios deportivos digitales – modelos y posibilidades vigentes	12
6. Diseño metodológico.....	13
7. Fuentes utilizadas	15
7.1 Fuentes documentales	15
7.2 Fuentes personales	16
8. Principales hallazgos de la investigación.....	18
9. Conclusiones de la investigación.....	25
10. Estructura del reportaje multimedia y sus elementos....	28
10.1 Primera sección: Página de bienvenida (INICIO).....	28
10.2 Medios deportivos en Ecuador, Inicios e hitos	28
10.3 Estado actual de los medios deportivos en Ecuador	28
10.4 Medios deportivos tradicionales	29
10.5 Medios deportivos digitales (Nativos digitales)	29
10.6 Medios digitales de referencia internacional	29
10.7 Salto a lo digital.....	29
11. Link del reportaje multimedia:.....	30
REFERENCIAS	31
ANEXOS	34

1. Tema del reportaje

Mapeo de medios deportivos en Ecuador. De lo tradicional a lo digital

2. Objetivo general del reportaje multimedia

Conocer cuál es la situación actual de los medios deportivos digitales en Ecuador, cuántos y cuáles son, además, se busca informar al público sobre cómo se financian estos medios deportivos digitales, el contenido que difunden, dónde lo difunden, cuáles son sus características y formatos.

3. Justificación de selección del tema

El periodismo deportivo hoy en día es un área informativa importante y de gran proyección social (Torrijos, 2014, p.1). De acuerdo a una publicación académica del Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla titulada 'Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro' de la autoría del Doctor en periodismo e investigador español, José Luis Rojas Torrijos, se resalta al periodismo deportivo como una modalidad informativa con un alto impacto social producto de su universalidad, que actualmente está pasando por una época de expansión con el nacimiento de los nuevos medios de comunicación. El periodismo deportivo ha comenzado a especializarse y difundir contenido en diferentes soportes, por lo que su estructura también ha cambiado. Hoy se caracteriza por tener distintas e innovadoras formas de contar historias aprovechando las nuevas tecnologías (Torrijos, 2014, p 178).

Por lo antes mencionado, esta investigación buscó mostrar cuál es la realidad de los medios deportivos digitales en Ecuador, mediante un mapeo de los mismos, saber el motivo de su formación, financiamiento, formatos, medios de difusión y características de su contenido en la Web 2.0.

Como parte del marco conceptual, la investigación presenta el estado del arte del tema o problemática que se propone indagar, así como el marco teórico en

el que se especifican los conceptos bases como: Los medios tradicionales y nuevos medios, el origen del periodismo deportivo en el mundo y en Ecuador, temas y formatos, periodismo deportivo en línea y dinámicas de la Web 2.0.

La investigación propone un diseño metodológico que parte de un enfoque cualitativo y se contempla la aplicación de técnicas de investigación como la observación y la entrevista.

4. Antecedentes y contextualización del tema

Actualmente los medios deportivos en Ecuador se han expandido al mundo digital, donde tienen presencia, sin embargo, su llegada a los nuevos medios, derivó en un largo proceso que tomó décadas. Hay que situar el tema con la llegada del fútbol al país y la cobertura de los medios a este deporte. En el libro publicado por el Ministerio del Deporte llamado 'Memorias del deporte: Fútbol' se informa que fueron los ingleses y familias pudientes que viajaron al Reino Unido quienes introdujeron el fútbol en Ecuador, así como ocurrió con otros países de la región. Es así que en 1899 un grupo de jóvenes de Guayaquil que había regresado de Europa crea el Guayaquil Sport Club. Sin embargo, meses después, en agosto de 1899, los hermanos Juan Alfredo y Roberto Wright traen oficialmente el primer balón y reglas de un deporte que era conocido como "Foot Ball" que se institucionalizó en el Reino Unido en 1863 (Ramírez, 2011, p.15).

Tiempo después, Diario El Telégrafo fundado en 1884, El Comercio en 1906 y El Universo en 1921, tres diarios que siguen en circulación en la actualidad, escribieron la historia deportiva del país. No fue hasta el 28 de enero de 1900 que Diario El Telégrafo informa y anuncia sobre los primeros partidos de fútbol jugados por equipos. Dos escuadras que se formaron entre socios del Guayaquil Sport Club para jugar y los primeros aficionados que miraron ese cotejo, "Unos pocos espectadores veían con asombro cómo aquellos jóvenes maniobraban el balón europeo tratando de introducirlo al arco" (Ramírez, 2011, p.16).

Posteriormente, en el año 1929 se creó la primera radioemisora de Ecuador llamada Radio El Prado, la cual fue fundada en Riobamba. Un año después, en

1930, comienza sus emisiones en Quito, HCJB La Voz de los Andes. Así se empieza a labrar la historia de la radio como medio en Ecuador, tal como se lee en el estudio realizado por la Deutsche Welle en su edición de 2016 'Panorama de los medios en Ecuador'. (Gehrke, Lizarazo, Noboa, Olmos, Pieper, 2016, p.10)

Por otro lado, los primeros indicios de emisiones deportivas en radio datan de 1938. El suceso ocurrió el 8 de abril de 1938 y el mérito correspondió a radio Ondas del Pacífico, que transmitió un partido de básquet desde el borde de la cancha. Esa fue la primera salida fuera de estudios a un escenario deportivo, por tanto, los encuentros pasaron a ser fijos en la programación de las emisoras que existían, "La iniciación de los deportes en la colectividad moderna pasó a ser de tanta trascendencia que las emisoras recién fundadas se sintieron obligadas a informar el resultado de los encuentros". Previamente las radios tomaban las notas publicadas en los diarios, sin embargo, decidieron que era importante para el oyente que las emisoras se instalen en los mismos coliseos o estadios deportivos. (El Universo, 2014, s/p).

Para la época, el contenido deportivo tenía un pequeño espacio en radio, usualmente formaba parte de la programación informativa de las radios. Radio Quito, Radio Bolívar, Radio Tarqui, Radio Espejo, Radio Gran Colombia, entre otras, acogieron los primeros programas deportivos y transmisiones que se realizaban (Dávila, 2015, p.14).

Es así que, a partir de estos hitos, los contenidos deportivos comenzaron a tener regularidad en la radio. Simultáneamente, en 1940, Víctor Emilio Estrada propone fundar el 1 de septiembre de ese año, en Guayaquil, una radio deportiva que se llamó radio CRE, actualmente CRE Satelital. Esta emisora fue la primera que transmitió un Mundial en vivo desde el lugar mismo. Lo hizo en Alemania 1974, así fue entonces "un acontecimiento en el mundo del fútbol nacional e internacional". De ahí en adelante estuvo presente en todos los mundiales menos México 1986. En 1998 CRE Satelital se convirtió en pionera, ya que lanzó su emisión radial por internet a través de un portal web (El Telégrafo, 2015, s/p).

En 1944 la radio La Voz de la Democracia contaba con un espacio deportivo en su programación, el mismo se llamaba La Hora Deportiva Ecuatoriana. Así se fueron incluyendo más programas en distintas emisoras, tal es el caso de Toros y Deportes (1942-1948) en Radio Quito. En Radio Gran Colombia se emitía el programa Cóndor Voces y Oídos del Deporte, espacio que aún se encuentra vigente en Radio La Red 102.1FM. Radio Quito también emitía un programa sobre boxeo en 1947 y ya sobre el inicio de la década del 50, estas mismas emisoras contaban con espacios para informar de automovilismo y fútbol con los programas Jornadas futbolísticas (1952-1960) y Carreras Automovilísticas (1952) (Dávila, 2015, p.17).

El académico de la FLACSO, Fernando Carrión, en un texto titulado "La radio y el fútbol" se refiere a los formatos de la época, "El fútbol en la radio fue ganando espacio. Inicialmente fueron noticias cortas que reseñaban los partidos jugados, después vino la existencia de programas especializados para la información y la opinión y, finalmente, ahora existe la presencia de radios especializadas en fútbol". (Carrión, La radio y el fútbol, 2010).

Por otra parte, menciona a Radio Quito como la pionera en la capital. "Allí apareció uno de los primeros relatores ecuatorianos de fútbol: Oswaldo Núñez Moreno y también nacieron Alfonso Lasso Bermeo ("Pancho Moreno") y Blasco Moscoso, una pareja que ha hecho historia en el periodismo deportivo ecuatoriano" (Carrión, La radio y el fútbol, 2010).

Ya en 1960, Radio Quito y Radio Tarqui se habían convertido en las emisoras referentes del deporte, sin ser exclusivamente deportivas, una figura que en la época aún no aparecía. Se informaba sobre distintas disciplinas deportivas y entre las voces que más se recuerdan estaban las de Blasco Moscoso, Pancho Moreno y Carlos Efraín Machado (Paredes, 2011, p.31).

En este desarrollo del periodismo deportivo en Quito, Carlos Efraín Machado, radiodifusor y exfutbolista que trabajó haciendo periodismo deportivo en Radio Tarqui donde tenía su emblemático segmento Mundo Deportivo, fundó en 1974 la primera emisora netamente deportiva llamada Nueva Emisora Central y así el

periodismo deportivo pasó a ocupar un papel protagónico dentro de una programación íntegramente deportiva (El Comercio, 2014). “La tradicional emisora, situada en el dial 1180 de amplitud modulada, que desde sus comienzos, se erigió como un referente de la actividad periodística deportiva en Quito y el Ecuador”. (El Comercio, 2014).

En ese auge del periodismo deportivo, Nueva Emisora Central pudo transmitir el campeonato del mundo de fútbol Argentina 78 y también dio espacio a la transmisión de otros deportes como el boxeo (Barros, 2015, p. 22).

Sin embargo, con el paso del tiempo y el desarrollo tecnológico, la radio sufrió su primera modificación con la aparición de la frecuencia modulada o FM a mediados de los setenta y radios como Nueva Emisora Central empezaron a perder sintonía ante la novedad. “Nueva Emisora Central, radio que fue matriz de la transmisión de los Mundiales de Fútbol de 1978,1982,1986,1994 y 2002, empezó a decaer en los ratings de sintonía, en vista de que las radios dedicadas a la información deportiva empezaron a migrar al espectro de la Frecuencia Modulada’ (El Comercio, 2014).

4.1 Radio la red y la radio temática deportiva

La aparición de la FM (frecuencia modulada) generó cambios en la radiodifusión ecuatoriana, pero no fue hasta 1997 que apareció Radio La Red, fundada por Alfonso Laso Bermeo y que se constituyó en la referencia del periodismo radiofónico deportivo en Ecuador. Fue la primera emisora en transmitir íntegramente contenido deportivo de eventos nacionales e internacionales en FM. Sin embargo, desde enero de 2011, La Red dejó de ser la única radio temática del país. Con la aparición de Radio La Deportiva, antes Radio La Luna (Arenas, 2012, p.390).

Durante esos 14 años La Red pudo informar y ser testigo de acontecimientos importantes de atletas y deportistas ecuatorianos como: Jefferson Pérez, Nicolás Lapentti, los Tenorio, el montañista Iván Vallejo, entre otros. La clasificación de

la selección de fútbol de Ecuador a los mundiales de Corea y Japón 2002 y Alemania 2006 (Barros, 2015, p.23).

Con todos estos antecedentes y los logros deportivos, principalmente en fútbol, han colaborado a que el interés por la información deportiva aumente y actualmente, datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) indican que, al día de hoy, en Ecuador la televisión ha llegado a la mayor parte de los hogares del país, el 87.1% de los hogares ecuatorianos posee un televisor. Se indica también que en el país la medición de audiencias aún no se encuentra desarrollada por lo que se hace difícil tener datos exactos en esta área. En este contexto del consumo de medios en Ecuador, se menciona que en el caso de la televisión los programas de mayor interés son las telenovelas internacionales, los shows de tele-realidad (reality shows) y las transmisiones de espectáculos deportivos. Asimismo, la radio es el segundo medio más consumido (Gehrke et al., 2016, p.20).

En efecto, el 87.6% de los hogares en Ecuador posee un transistor. Esta investigación concluye que la radio, el medio más antiguo y tradicional del país “está afectado hoy por las nuevas tecnologías y por los nuevos hábitos de consumo de su audiencia, especialmente de los jóvenes, quienes recurren a los medios digitales para buscar información” (Gehrke, Lizarazo, Noboa, Olmos, Pieper, 2016, p.20).

En la actualidad y según un listado de medios de comunicación a nivel nacional publicado por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), hay 12 radios con temática deportiva en el país, la mayoría en Pichincha y Guayas. Según este listado las radios deportivas son: SUPERK800 AM, Radio Positiva AM, Radio dorado deportes AM (Tungurahua), Radio Dibli, Radio La Deportiva, Mach Deportes, CRE Satelital, La Prensa Sport, Fútbol FM (La Radio Redonda), Radio Única Deportiva FM, Radio La Red y Radio Caravana.

Actualmente existen 1578 medios entre radio y televisión según el listado completo de estaciones RTV (Radio-Televisión), dato provisto por la Agencia de

Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL). Este es un listado con datos registrados hasta noviembre de 2018. Estos revelan que existen 1065 estaciones de radio en todo el país, 921 son emisoras en FM y 144 en AM. Pichincha registra 57 en FM, mientras que Guayas 60.

Otro punto es la llegada de internet a Ecuador. Una nota de diario El Telégrafo recoge la historia del arribo de la red al país en 1992 gracias a Marcel Laniado de Wind, fundador de Banco del Pacífico, que en uno de sus viajes, se enteró de la existencia del mismo y lo trajo a Ecuador. En ese mismo año nació Ecuonet como primer proveedor de la red en el país. Sin embargo, la comercialización en el sector empresarial, se gestó a partir de 1994 y la masificación y uso en hogares desde 1996 aunque el servicio era costoso. Es así que en marzo de 1996, Ecuonet, empresa creada por Laniado de Wind, decide fundar “la primera página web deportiva, no solo del Ecuador, sino de América del Sur”. Para este primer proyecto en la red de aquel entonces, se llamó al comentarista deportivo Vito Muñoz para que dirija la propuesta. El Telégrafo cita al usuario Roberto García que se refiere al portal deportivo como “Una forma nueva de enterarse del acontecer deportivo”, el usuario añade, “Yo estaba acostumbrado a leer el diario El Hinchista, luego accedí a la red y fue una nueva forma de informarse” (El Telégrafo, 2017).

Así pues, la llegada de internet al Ecuador marcó el camino de una nueva época de los medios de comunicación, pero, pasó un tiempo de exploración hasta que se establezca la novedad. La era de los medios digitales en el país inició en 2004 con la fundación de los proyectos digitales Ecuador Inmediato y Ciudadanía Informada que eran periódicos en línea. Otros proyectos aparecieron en 2008: Infórmate, Punto y El Ciudadano Online. Hasta 2012, había 34 medios digitales nativos en Ecuador: 16 periódicos digitales, 14 radios y cuatro revistas. Algunos periódicos del país empezaron a publicar constantemente su contenido en internet desde 1994. (Gehrke et al., 2016, p.38)

Por otra parte, los medios deportivos digitales comenzaron a partir de 2009 con la creación del “primer diario digital de fútbol del Ecuador” Studio Fútbol. El portal del proyecto creado por los hermanos Limongi recibe un promedio de 90.000

visitas diarias. La idea que tuvieron fue aprovechar la tecnología para revolucionar la forma en la que los aficionados al fútbol reciben la información (Expreso, 2016).

Los nativos digitales que se crearon desde entonces en el país, vieron al espacio digital como alternativa a los medios tradicionales para informar sobre deporte y expandir su contenido. En una investigación académica sobre emprendimientos periodísticos deportivos, se menciona que dado el avance de la tecnología, los diarios deportivos necesitaban atender a una audiencia que prefería tener la información a su alcance en la web. Este interés en la fundación de emprendimientos en internet, además, se dio por el bajo costo que requería la gestación de un producto (Calderón, 2013, p.21).

En 2010, la empresa de telefonía celular llamada por aquel entonces Porta, creó los premios Bichito del fútbol. Ese año la gente votó por medio de las redes sociales once categorías donde no se incluyó medios deportivos digitales, pero sí "El periodista deportivo más tuitero". En años posteriores, hubo una categoría que se llamó "El más tecnológico" donde se premió al periodista deportivo con más alcance en la red. En 2019 se celebró la novena edición de estos premios donde por primera vez se tomó en cuenta a la categoría "Medio Digital Deportivo", en la misma fueron nominados: El Comercio deportes, El Universo deportes, Hinchas Amarillas, Estadio.ec, Studio Fútbol y Fútbol Ecuador. Ganó Hinchas Amarillas, un proyecto web del comentarista deportivo, Vito Muñoz (El Comercio, 2019).

5. Marco teórico

5.1 Periodismo deportivo

El periodismo deportivo está ligado a los medios de comunicación desde el nacimiento de algunos deportes en el siglo pasado. Como explica el manual de estilo del diario español, El País, "El periodismo es esa tarea tan importante de relatar la actualidad desde el punto de vista más objetivo posible" (Moreno, 2014). De esta manera el periodismo deportivo utiliza ese mismo principio para

explicar la realidad de ese mundo. En un principio, los periódicos comenzaron a contar y ser testigos de la actividad deportiva, luego la radio, la televisión y ahora internet. El investigador de Comunicación y Deporte, Joaquín Marín Montín, establece que el periodismo deportivo es una actividad humana que tiene mucho interés y ubica al periodista deportivo como el nexo entre el público y el deporte (Montín, 2000, p.1).

El profesor Antonio Alcoba menciona algunos géneros como: crónicas, críticas, artículos y entrevistas como rasgos del lenguaje particular del deporte, añade que cada periodista deportivo o medio tiene su propio estilo y que al basarse este deporte en enfrentamientos, se tiene la tendencia de usar lenguaje bélico, “expresiones de la parcela militar mezclándose con la palabras técnicas del deporte” (Alcoba, 2005, p.13). Por tanto la audiencia busca en los géneros antes mencionados la aproximación más real y fiel a lo sucedido o a lo que puede acontecer y el periodista deportivo debe dominar y tener un amplio conocimiento de la terminología y lenguaje propio de cada disciplina deportiva. Necesita poder transmitir esa emoción del ambiente de juego. Además, entre sus características está la necesidad de sencillez en el relato, una explicación de lo sucedido en la cancha, estadio, piscina o terreno de juego, de manera simple y completa (Montín, 2000, p. 243)

En el libro *La crónica deportiva*, de José Sánchez Araujo, se indica que la prensa escrita inició la distribución de la información deportiva a finales del siglo XIX y en la primera mitad del XX debido a la importancia que adquirió (Araujo, 2000 p. 244)’. Además cita a Alcoba cuando dice que la información deportiva tuvo uno de sus hitos más importantes en la restauración de los Juegos Olímpicos celebrados en Atenas 1896. “El deporte fue introducido en los diarios al darse cuenta los propietarios de los periódicos del interés que dicha actividad despertaba en los ciudadanos. En la primera mitad del Siglo XIX aparece en Londres el primer diario especializado en deportes Sportman, denominado más tarde Sporting Life” En España, el primer diario deportivo especializado se llamó “El Mundo Deportivo y vio la luz en el año 1906. (Araujo, 2000, p. 244).

Charles Lambert (2019) añade y explica claves para desarrollar tareas especializadas que corresponden a muchos de los nuevos perfiles que han cobrado pujanza en los últimos años en la producción de información deportiva: ya no solo se precisan hábiles contadores de historias, sino también expertos analistas, editores de vídeo, técnicos de audio, diseñadores gráficos y creativos, programadores, animadores, analistas de datos, curadores de contenidos o gestores de redes sociales (Lambert, 2019)

Finalmente, Antonio Alcoba en su libro “Periodismo deportivo” define a esta actividad como un ejercicio físico para la mejora del cuerpo o simple juego de distracción. Añade que el deporte ha invadido todas las áreas de la sociedad y que el periodismo deportivo es una actividad libre y compleja que permite ejercer la profesión de comunicar las cosas que pasan alrededor o en el mundo. (Alcoba, 2005, p. 48).

5.2 Medios digitales y dinámica de la web 2.0

Los medios digitales según el especialista en periodismo digital, Ramón Salaverría, son un fenómeno que ha ido construyéndose durante las últimas dos décadas, se los consume mediante teléfonos inteligentes, tabletas, ordenadores. Una de las características de estos medios es la inmediatez, algo que no es tan habitual en los medios tradicionales. (Salaverría, 2016).

Según el autor Rojas Torrijos los medios digitales han causado una transformación periodística, ya que aprovechan las posibilidades de las nuevas tecnologías (surgidas a partir de la llegada de internet). En ése sentido estas dinámicas y posibilidades permiten crear un espacio innovador a la hora de transmitir y presentar contenido mediante plataformas universales. Este investigador resalta que la web 2.0 permite a los lectores o usuarios de cualquier lugar del mundo acceder al contenido; una diferencia con los medios tradicionales. Además, en este ecosistema los usuarios no son sólo receptores pasivos, sino que participan activamente en la elaboración e interpretación de contenido.

Estos medios se han ido desarrollando con el avance tecnológico desde su creación a principios de los años noventa, su crecimiento ha sido gradual. El autor menciona a los formatos como un elemento en constante renovación, ya que los medios digitales pioneros se inspiraban en el modelo de los medios tradicionales y se limitaban a reutilizar las noticias elaboradas en papel. Uno de los desafíos que se propone es que se invierta dinero con el fin de aprovechar las potencialidades multimedia, ya sea la interacción con el usuario, el hipertexto y la innovación en los contenidos.

En esta investigación el profesor Rojas Torrijos cita al autor Ramón Salaverría “Los medios nuevos surgen por la fusión de infraestructuras sociales y materiales existentes con capacidades técnicas novedosas. Más específicamente, los periódicos online han surgido a partir de la fusión de las tradiciones impresas con las capacidades interactivas (y más recientemente multimedia de la informática)”. (Salaverría, 2010)

Otras características de los medios digitales tienen que ver con la presentación visual, la multimedialidad, hipertextualidad, interactividad, instantaneidad y universalidad. Así también, en este ecosistema existe la posibilidad de la actualización continua y renovación.

Finalmente, el autor indica que uno de sus pilares más importantes es la no restricción geográfica, por lo que estos medios adquieren una condición universal. (Torrijos, 2010, p. 3)

5.3 Periodismo deportivo en la web

El periodismo deportivo ha extendido su alcance con la llegada de internet, lo que significó innovación en los modelos de negocio y las narrativas. Desde 2008 se creó el denominado periodismo emprendedor (Sánchez, Rojas Torrijos, Herranz, 2015, 265) que son iniciativas para afrontar la transformación antes mencionada. Se evidenció que nuevos proyectos, los cuales usaban géneros tradicionales como noticias y servicios informativos eran menos innovadores por lo tanto con menos capacidad de financiamiento.

Las narrativas periodísticas son parte transversal de la innovación en el nuevo periodismo, ya que cuentan historias y explican detalles de lo sucedido, de modo que la información resulte atractiva y original, con la finalidad de alcanzar a la audiencia (Sánchez, Rojas Torrijos, Herranz, 2015, 265)

De acuerdo a varios investigadores la innovación en la narrativa transforma el producto y es así que hay una evolución permanente en los géneros y formatos periodísticos, por consiguiente, los medios deportivos en la web, tienen la posibilidad de aprovechar los recursos y las narrativas que ofrece el entorno digital para así lograr adaptarse a una nueva forma de consumo que tienen los usuarios con más posibilidad de conectarse a internet ya sea a través de un ordenador o un dispositivo móvil. Las características que ofrece la web a los medios digitales incluye la posibilidad de reportajes en profundidad, análisis, entrevistas extensas, formatos de actualidad noticiosa, el uso de infografías, diseño o datos (Manfred, Rojas y Herranz, 2015, p.266) Se propone que los medios utilicen nuevos formatos para no caer en modelos conservadores y de corte tradicional, con un diseño estándar que incluya solo noticias y no se diferencie de otros medios del ámbito deportivo. (Manfred, Rojas y Herranz, 2015, p.266)

5.4 Los medios deportivos digitales– modelos y posibilidades vigentes

La transformación del mercado periodístico con la llegada de internet generó un grupo de iniciativas creadas desde 2008 por periodistas, que son conocidas como periodismo deportivo emprendedor y que han afrontado este cambio. Así se generó la especialización en el deporte que es uno de los ejes de crecimiento. En un estudio sobre innovación en periodismo deportivo se hace referencia a estos nuevos proyectos y se menciona que los nuevos medios que utilizan géneros y formatos tradicionales (noticias, servicios informativos) son menos innovadores como modelo de negocio. Estos emprendimientos deportivos deberían tener un grado de innovación en la producción periodística, una propuesta de valor. “La apuesta por los géneros diferentes (lectura pausada) va

de la mano de modelos no basados sólo en la publicidad y la venta de ejemplares” (Sánchez, Rojas Torrijos, Herranz, 2015, 265)

En cuanto a los modelos, esto supone un desafío para los nuevos medios, supone un reto de grandes magnitudes para la prensa en la producción y distribución de la información. Se plantea un desafío de primer orden para el modelo de negocio vigente en este sector. El predominio de la gratuidad supone una de las problemáticas en el área y la incapacidad de las empresas periodísticas para instaurar una fórmula viable para obtener recursos económicos de su actividad en internet. El consumo de noticias online aumenta de forma notable, pero los editores de prensa no consiguen traducir ese incremento de la demanda en ingresos que hagan rentable su negocio. Es decir, no logran monetizar la ampliación de la audiencia. Otro factor clave es el entendimiento tardío por parte de los medios al cambio del modelo informativo que insta la convergencia digital. Los editores han desarrollado proyectos periodísticos online más como una reacción a los movimientos de sus competidores que como una búsqueda de nuevos horizontes de negocio (Ripollés, 2010, p. 595).

Complementando esta información, el experto ecuatoriano en nuevas tecnologías, José Rivera habló sobre las posibilidades de los medios en su investigación llamada ‘Mapa de medios digitales del Ecuador’ y resaltó que la web ha pasado a ser un espacio para emprender entre los periodistas, pero que en medio de todo aún “No hay equilibrio de sostenibilidad, no muchos sobreviven, principalmente por falta de dinero” (El Comercio, 2016).

6. Diseño metodológico

Esta investigación consideró un enfoque cualitativo para abordar la situación actual de los medios deportivos digitales en Ecuador. Para la recolección de información y trabajo de campo se aplicaron diferentes técnicas como: entrevista, observación, recolección de datos, monitoreo de redes y documentos para identificar y mapear los medios deportivos digitales que existen actualmente en el país.

Se realizó 12 entrevistas a diversos profesionales en el tema, que incluyó: Periodistas, emprendedores, expertos en tecnología, directores de radio, periodistas deportivos y otros. La información de los mismos permitió tener una idea clara sobre el tema investigado, ya que muchos de ellos han creado medios deportivos digitales. Finalmente, se realizó una revisión de documentos de entidades como Cordicom y ARCOTEL, que fueron relevantes porque son entidades oficiales en Ecuador para el listado y registro de medios de comunicación.

Para cumplir con la investigación y objetivos se realizó entrevistas a los directores de medios tradicionales, periodistas y creadores de medios deportivos digitales de Ecuador y España, pues se tomó de referencia este país por su desarrollo en el área. En la segunda etapa para cumplir con el segundo objetivo: Indagar sobre los procesos de creación, modelos de financiamiento y las regulaciones que existen sobre los medios de comunicación digitales en el país, se realizó entrevistas a los representantes de medios deportivos en internet con el fin de conocer sus objetivos y proceso de creación. Se habló con un entendido en medios digitales para conocer el contexto actual de los formatos digitales.

Para lograr el tercer objetivo que busca conocer los diferentes tipos de medios de comunicación digitales deportivos que existen en Ecuador (estructura, formatos y contenidos que presentan) así como las dinámicas y características de su funcionamiento, se consideró a los directores de medios, emprendedores, creadores de contenido y entendidos en medios digitales para conocer las narrativas que se utilizan, contenidos, formatos, estructura, etc. En esta categoría se pueden incluir a los emprendimientos que se formaron en la Web 2.0. a partir de la creación de plataformas de video en directo como un canal en YouTube, Facebook Live, Podcast, Portal Web.

Finalmente, se clasificó, en base a la lista antes mencionada, a los medios deportivos utilizando como parámetro que tengan más de 8 horas de programación deportiva para ser considerados en la investigación. Además, se hizo una recolección de datos por medio de un mapeo en Twitter de las cuentas

de medios deportivos tradicionales y digitales con la finalidad de monitorear su presencia en la web, para registrar si cuentan con un portal, emisión en directo por internet desde su web u otra plataforma y medio de difusión. Así también mirar su nivel de innovación.

Se tomó en cuenta un listado de los sitios en línea ecuatorianos más visitados gracias a datos provistos por el sitio web Alexa de Amazon, que mide el número de visitas y recolecta la información de los portales más populares. Como detalle final, se observó las estadísticas del medidor de rating de radio Mercados & Proyectos que monitorea las radios y canales de televisión más populares del país.

7. Fuentes utilizadas

7.1 Fuentes documentales

ARCOTEL (2018) Indicador: Estaciones concesionadas de Radiodifusión Sonora AM, FM por provincia

Listado que detalla el número de estaciones de radiodifusión AM y FM concesionadas por provincia y por tipo (privada, público y comunitario). Se incluye un gráfico de las estaciones con datos que cuantifican la cantidad de emisoras por provincia.

Ramírez, Jacques, G. (2011). Memorias del deporte: fútbol (Págs.15-19). Quito: Ministerio del Deporte.

Se utilizó este documento por su registro histórico de datos, fotografías, investigación realizada sobre la llegada del fútbol a Ecuador. Sirvió como base para arrancar desde ahí y explicar por qué los medios, al principio escritos, comenzaron a tomar en cuenta al deporte, Nos ayudó a dar un contexto y explicar la importancia de la llegada del fútbol al país.

Gehrke, Lizarazo, Noboa, Olmos y Pieper. (2016). Panorama de los medios en Ecuador (Págs. 9-21). Deutsche Welle, DW Akademie, Bonn, Alemania.

Esta fuente se consultó por los datos estadísticos que ofreció sobre varios medios, incluyendo la radio, televisión, prensa escrita e internet. Son registros actuales que permitieron reflejar el interés de la audiencia y la fundación de los medios, detallando cómo cada uno se fundó en Ecuador. De esta fuente, también se pudo obtener porcentaje e historia de internet en el país.

7.2 Fuentes personales

Ávila, E (2018). Entrevista a Esteban Ávila, Quito, Ecuador.

Se entrevistó a Esteban Ávila, director de La Radio Redonda FM de Quito porque esta emisora se especializa en fútbol y es de las más nuevas en la capital. El aporte del entrevistado fue valioso porque nos acercó a la realidad y actualidad de ese medio y su pensamiento sobre los medios deportivos digitales.

Beltrán, M (2018). Entrevista a Marcel Beltrán, Barcelona, España.

Se entrevistó a Marcel Beltrán, colaborador y editor de Revista Panenka de España. Se consultó a esta fuente, ya que es un medio híbrido, es decir que tiene un portal web, pero también publica una revista física mensual con lectores que compran su producto vía web. Fue importante conocer los formatos que utilizan, el tipo de contenido que manejan y los recursos de los nuevos medios que les sirven de puente para conectar con sus seguidores en redes sociales donde también tienen presencia.

Limongi, C (2018). Entrevista a Carlos Limongi, Guayaquil, Ecuador.

Se entrevistó a Carlos Limongi fundador de Studio Fútbol, el primer portal web de noticias de fútbol de Ecuador que se creó en 2009 y está ubicada en el primer lugar de portales deportivos del país según el ranking de Alexa. Su aporte permitió constatar el porqué de su creación, modelo de negocio y perspectivas a futuro. Se pudo conocer que es el primer medio deportivo digital de Ecuador, que en un principio arrancó como un Blog.

Quintana, M (2018). Entrevista a Miguel Quintana, Madrid, España.

La entrevista con Miguel Quintana se la realizó porque es uno de los miembros del equipo que fundó el medio deportivo digital español, Ecos del Balón, uno de los más influyentes en el entorno web en España y que empezó en 2008 como un Blog con un sitio en línea. Hasta hoy su contenido sigue evolucionando, así como sus formatos y Miguel Quintana informó sobre la formación del medio y sus características.

Escobar, C (2018). Entrevista a Christian Escobar, Quito, Ecuador.

Se realizó la entrevista a Christian Escobar, creador del proyecto deportivo digital, Ónix Channel. Se decidió tener el testimonio de esta fuente al ser uno de los emprendimientos que utilizó otras herramientas multimedia como Facebook Live para la transmisión de un programa de fútbol. Era importante conocer a través de su experiencia cómo este proyecto se desarrolló en internet.

Romero, R (2018). Entrevista a Reinaldo Romero, Quito, Ecuador.

Se consultó a esta fuente por sus años de servicio como periodista deportivo en Radio La Red, la primera emisora estrictamente deportiva de Ecuador en FM. Su testimonio nos acercó al proceso de creación de la estación, la actualidad de la radio y su convergencia al mundo digital con un sitio web y contenidos que son publicados en internet.

Espinoza, C (2018). Entrevista a Christian Espinoza, Quito, Ecuador.

Se entrevistó a esta fuente por su conocimiento y experiencia en temas digitales. Christian Espinoza es un experto en el área y formó parte de los primeros modelos de páginas web que se gestaron en el país. Su formación en el tema permitió explicar algunos conceptos y usos de herramientas web. Así como también comentó sobre la realidad local y perspectivas a futuro de los medios digitales.

Guerrero, S (2018). Entrevista a Santiago Guerrero, Quito, Ecuador.

Se consultó a Santiago Guerrero, como fuente para entender la realidad del medio deportivo digital: "Bendito Fútbol", la fuente nos acercó al modo de financiamiento, la cantidad de personal, los productos que realizan, la escasa

oportunidad de sustentabilidad y las proyecciones a futuro con los proyectos deportivos ecuatorianos en internet.

Ordóñez, G (2018). Entrevista a Gabriel Ordóñez, Quito, Ecuador.

Se eligió el testimonio de Gabriel Ordóñez al ser el creador del portal web ecuatoriano, Teradeportes, considerado uno de los más importantes en la lista que realiza la organización no gubernamental, Fundamedios (La Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios). Su aporte incluyó la actualidad del medio, desafíos del proyecto y su sustentabilidad.

López, J (2017). Entrevista a José David López, Madrid, España.

Se habló con José David López, comunicador de fútbol internacional para saber el estado de su medio: "El Enganche"; su aporte permitió conocer cómo se sustenta un proyecto deportivo digital como el suyo, los desafíos que éste enfrenta y la expectativa de los emprendimientos españoles a largo plazo.

Cabrera, A (2018). Entrevista a Andrés Cabrera, Madrid, España.

Se consultó a esta fuente por ser parte de la creación del proyecto deportivo digital, Campeones y Charlas de Fútbol. Su aporte fue útil porque estos emprendedores españoles han realizado alianzas estratégicas con marcas, han explorado distintos formatos para contar historias de fútbol. Utilizan audio y video en sus canales de YouTube y Podcast en plataformas como Apple Podcast y Spotify.

8. Principales hallazgos de la investigación

En un primer momento se realizó una búsqueda a través del archivo oficial que se encuentra en el registro de medios del sitio web de la CORDICOM (Consejo de Regulación de la Información y Comunicación), se contrastó con un archivo más actual, con fecha de publicación noviembre de 2018, de ARCOTEL (Agencia de regulación y control de las telecomunicaciones). Este archivo detalló el número de estaciones de radio AM y FM registradas en Ecuador. En ese mapeo se encontró el dato oficial provisto por esta entidad, que indica que hasta noviembre de 2018 existen 144 radios en AM en todo el país, la mayor parte

concentrados en Guayas y Pichincha y 921 emisoras en FM, la mayoría en Azuay y Loja, lo que finalmente da un total de 1065 estaciones en el Ecuador. Pichincha tiene 57 radios en FM y 27 en AM y Guayas con 60 en FM y 32 en AM.

A partir de esos datos obtenidos de toda la lista de prensa, radiodifusión sonora y televisión abierta, se extrajo a los medios deportivos, ya que el registro, no dividió por categorías. Se encontró que de las 84 radios en Pichincha.

Parte de la lista de medios de donde se obtuvo la información

RADIODIFUSION SONORA Y TELEVISION ABIERTA								
Categoría: Infraestructura								
Listado completo de estaciones de radiodifusión sonora y televisión abierta a nivel nacional								
Provincia	Categoría	Concesionario	Representante Legal	Nombre Estación	Frecuencia	Canal	Tipo	
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	ASOCIACION DE TRABAJADORES AGRICOLAS AUTONO	QUEZADA BURUHAN JOSE RAFAEL	RADIO SONONDA I	960		MATRIZ	CUEN
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	AVILA SOLANO BOLIVAR RODRIGO	AVILA SOLANO BOLIVAR RODRIGO	ALFA MUSICAL	1140	2	MATRIZ	AZOC
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	COMPAÑIA DE RADIO Y TELEVISION CORTEL S.A.	IN GUERRERO GOMEZ ANTONIO ALBERTO	C.R.E.SATELITAL	104100	2	REPETIDOR	AZOC
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PIEDRA LEDESMA JORGE DAVID (+)	PIEDRA LEDESMA JORGE DAVID (+)	LA VOZ DE TOMBAN	1070	2	MATRIZ	BIBLI
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PINOS GUARICELA DANIEL ARTURO	PINOS GUARICELA DANIEL ARTURO	CUENCA LA VOZ DE L	1180	2	MATRIZ	GIRO
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PINOS GUARICELA LAUTARO CIRILO	PINOS GUARICELA LAUTARO CIRILO	TROPICANA	1390	2	MATRIZ	AZOC
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PINOS GUARICELA TELMO POLIVIO	PINOS GUARICELA TELMO POLIVIO	ECOS DEL PORTETE	1580	2	MATRIZ	GIRO
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PULLA CELLERI ROSA MARIA	PULLA CELLERI ROSA MARIA	LA VOZ DEL RIO TAR	1290	2	MATRIZ	GIRO
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	RADIO CARAVANA S.A.	SILVA MARTINEZ LUIS ALFONSO	AUSTRAL DEL ECUAD	940	2	MATRIZ	BIBLI
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	RADIO LA VOZ DE SAN FERNANDO 1.350 AM SISTEMA	ROMERO VELASQUEZ MANUEL HUMBERTO	LA VOZ DE SAN FERN	1350	2	MATRIZ	GIRO
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	RADIO ONDAS AZUAYAS AM (HCJCS) CIA. LTDA.	CARDOSO MARTINEZ EDGAR GUSTAVO	ONDAS AZUAYAS	1110		MATRIZ	ELTA
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	RADIO SPLENDID CIA. LTDA.	VALENCIA VINTIMILLA GUSTAVO EDUARDO	RADIO SPLENDID	1040		MATRIZ	CUEN
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	SOCIEDAD CULTURAL CENTRO GUALACEO	LUCERO SALINAS RODRIGO JOSE	CENTRO GUALACEO	1410	2	MATRIZ	PAUT
AZUAY	FM - Frecuencia Modulada	ALIANZA FRANCESA DE QUITO	TORRES PROAÑO IVAN	FRANCIA-ECUADOR	104,9	2	MATRIZ	AZOC
AZUAY	FM - Frecuencia Modulada	ANDIVISION S.A.	SUAREZ MOSQUERA WILSON RODRIGO	TROPICALIDA STERE	89,7	2	REPETIDOR	AZOC
AZUAY	FM - Frecuencia Modulada	BRITO MONTERO RENE	BRITO MONTERO RENE	SISTEMA RADIAL DEL	91,7		MATRIZ	CUEN

Figura 1. Cuadro de medios de radio y televisión. Tomado de (página web Cordicom)

Gracias a esta lista se obtuvo los siguientes resultados: En Ecuador existen 12 medios deportivos que transmiten en AM y FM con más de 8 horas de programación referente al deporte, factor que fue elegido como lineamiento para esta investigación, ya que otras emisoras cuentan con programas deportivos en su programación. Sin embargo, no son radios especializadas en fútbol o deporte. En la actualidad se encontró que Guayas tiene 7 medios incluyendo los que transmiten en Frecuencia Modulada y Amplitud Modulada. Entre los que se mapeó (registró) están: Radio CRE Satelital 560 AM, Radio Caravana 750 AM, Atalaya 810 AM, Radio SÚPERK 800 (800AM), Radio DIBLU 88.9 FM, La Prensa Sport 100.1 FM, La Redonda GYE 99.3 FM. En Pichincha se registraron 5 emisoras deportivas: Radio Positiva 860 AM, Radio La Red 102.1 FM, Mach

Deportes 92.9 FM, La Redonda 96.9 FM y Radio Única (Área Deportiva) 94.5/99.3 FM.

En cuanto a datos sobre televisión, no se consideró, ya que no hay un canal especializado en deportes en televisión abierta, solamente espacios de información entre los noticieros y programación de los canales. Sin embargo, en señal por cable (no contemplados en la lista) están: GOL TV, CNT SPORTS, DIRECTV Sports y Claro Sports. En medios escritos se encontró en la lista a Revista Estadio, Revista Medallero Deportivo y Revista Vacilón Deportivo.

Con estos resultados se realizó una búsqueda en internet y un monitoreo de redes y se encontró que todas tienen un sitio web y han generado un salto a lo digital, colgando contenido audiovisual y redacción de noticias. Solo existen dos excepciones: Radio Caravana y La Prensa Sport que tienen un portal, pero únicamente con un reproductor de audio con su señal en directo, no se encontró información deportiva.

A continuación se buscó si estas emisoras tradicionales tenían algún tipo de contenido en YouTube o si generaban contenido con algún formato o género periodístico en línea. De todo el grupo, Radio Atalaya tiene un canal en esta plataforma donde sube videos de los programas de radio, sin embargo, la última vez que subió algo fue hace 4 meses. Radio La Red también tiene presencia en YouTube desde 2011 con una canal que tiene 8081 suscriptores y que publicó por última vez en octubre de 2018. Hasta la fecha La Red tiene 2.600.746 reproducciones en total del contenido publicado en YouTube, la cifra más alta entre las radios ecuatorianas con contenido digital. En esta plataforma suben videos de su registro histórico deportivo. Mach Deportes tiene 123 suscriptores y no ha subido un video desde 2014. Finalmente, Radio Área Deportiva se unió a YouTube este año y hace 7 meses que no publica contenido.

Siguiendo en la misma línea de búsqueda, la actualidad de estos medios en redes sociales tomando de ejemplo Twitter, indicó que todas estas emisoras tienen una cuenta en esta red. CRE Satelital tiene 84.490 seguidores, Radio Caravana 39.275, Radio Atalaya desde 2017 suma 2.685, Súper K800 55.789,

Radio DIBLU 76.194. En Pichincha, Radio Positiva tiene desde 2011, 4.601 seguidores, Radio La Red, desde su ingreso en esta red social en 2010 suma 147.781 seguidores, la más alta en radios de Pichincha y en número de seguidores de Twitter entre las radios de Ecuador. Mach Deportes 11.300, La Redonda 31.259 y finalmente Área Deportiva 23.279. En esta red social publican noticias deportivas que las vinculan hacía su portal web.

El sitio digital de análisis de datos Twitonomy registra que la cuenta de Radio La Red sobre la base de los últimos 3200 tuits, tuitea al día un promedio de 80 veces La Redonda tuitea un promedio de 55 veces por día, Área Deportiva 41 tuits al día en promedio y Mach Deportes lo hace en 26 ocasiones. De las radios de Guayas, Diblu registra un promedio de 21 tuits diarios, CRE Satelital 9 y SúperK800 con promedio de 28 tuits diarios.



Figura 2. Datos de los tuits de Radio La Red Ecuador. Tomado de (página web twitonomy).

Datos que podrían explicar que el interés de los medios tradicionales hacia lo digital aún es bajo. Si bien han dado el salto a lo digital su modelo de negocio sigue estando en el mercado tradicional con ingresos de pauta publicitaria. Utilizan redes sociales con tuits de información y noticias con vínculos hacia sus portales donde todos tienen un modelo de web parecido, en algunos casos como Área Deportiva y La Red con la inclusión de audios que se reproducen en Soundcloud.

No se pudo determinar un rating de sintonía de las radios deportivas, ya que la empresa Mercados & Proyectos que se dedica a esta actividad no hace pública estas estadísticas y se las entrega directamente a los medios afiliados que pagan por dicha información. Esteban Ávila, director editorial de Radio La Redonda, respondió lo siguiente cuando se solicitaron estos datos “Esa información es confidencial y sus términos exactos no pueden ser expuestos por personas que no tengan suscripción al servicio”.

En el caso de España se entregan públicamente estos datos exhaustivos, que se conoce como EGM, el diario El País de España explica que “El Estudio mide con miles de entrevistas a la audiencia de los medios de comunicación. Uno de sus principales instrumentos de medición de audiencia es el Estudio General de Medios (EGM), creado en 1968. Se trata de un estudio multimedia que analiza el comportamiento de la población respecto a los distintos medios” (El País, 2006).

En ese país el diario deportivo más leído es Marca con 1.714.000 lectores únicos diarios. En cuanto a los programas deportivos, el más escuchado es El Larguero de la Cadena SER con 849.000 oyentes cada noche y Carrusel deportivo los fines de semana congrega 1.598.000 oyentes en sábado y 1.627.000 en domingo. El medio de mayor consumo es la televisión con 85.0% de audiencia, internet va de tercero con 77.9%, por detrás la radio (57.5%) y los diarios (22.8%). Estos datos ponen en contexto cifras en España. Se buscó hacer un contraste con los medios deportivos en Ecuador, pero esas estadísticas no son públicas o no existen en detalle.

En el caso de los medios deportivos nativos digitales, se encontró que existen aproximadamente 16 entre los más relevantes gracias a una búsqueda en Twitter que con su algoritmo encuentra resultados recomendados y cuentas similares o en común. También se utilizó la plataforma Alexa que mide la popularidad de los sitios por país. De todo ese rastreo se obtuvo los siguientes detalles: El sitio nativo digital más visitado es Studio Fútbol, que está en el lugar 33 del total de

portales web con más tráfico en Ecuador, le sigue Fútbol Ecuador (34) y Estadio.ec (40), entre los 50 primeros.

Estos medios deportivos de Ecuador, nativos del entorno web son: Ecuagol, que desde 2009 cuenta con 183.861 seguidores en Twitter, Estadio.ec 314.750, Studio Fútbol (cuenta de Twitter suspendida), Teradeportes 74.741, Balompiecuador 25.746, Bichito 23.770, Suite 360 (29.685), Afición Central 115.983, Bendito Fútbol 30.725, El futbolero 10.390, Fútbol Ecuador, Infocancha 7.113, Fútbol Bohemio 9.139, Canal Ónix, El Relato EC 758 y Cancheros 4.733.

Ecuagol tiene un portal en Youtube con 189 suscriptores con 4 videos desde su vinculación a esta plataforma en 2018. Estadio EC, el emprendimiento digital de la revista, está en YouTube desde 2017 y tiene 5.987 suscriptores. Ahí se observó que suben videos de programas con formato de TV, un video editorial y conserva una continuidad en la publicación del contenido. Estos proyectos deportivos que son nacidos en internet tienen una página web que la usan como un complemento de las noticias que generan en Twitter.

Bendito Fútbol utiliza YouTube y tiene 866 suscriptores, publica contenido del fútbol ecuatoriano y desde 2013 suma 219.966 reproducciones en su canal. Afición Central sube videos de ruedas de prensa y noticias, tiene 135 suscriptores y 660.155 reproducciones desde 2015. El caso de Studio Fútbol que complementa su web, la más visitada en portales deportivos según la medición de Alexa, con contenido de entrevistas, en alguna ocasión realizó videos sobre táctica y estrategia, pero desde 2015 no lo hace. Desde 2016 acumulan 255.053 reproducciones y 507 suscriptores. Dato que confirmó que su principal fuente de tráfico es su sitio en línea y su cuenta de Twitter. Finalmente Fútbol Bohemio ha subido 308 videos a YouTube, también transmiten por Facebook, pero el contenido es el mismo. Tienen 567 suscriptores desde 2017 y acumulan 43.748 reproducciones. Suben de forma recurrente videos sobre fútbol con un formato distendido y charlas más coloquiales. Se halló que es un medio que explora nuevas narrativas apoyadas en el lenguaje sencillo y el uso del videojuego FIFA como un elemento más a las innovaciones que plantea este medio digital donde pone a dos periodistas a jugar en directo.

Asimismo, en YouTube se encontró al canal XDotes, un YouTuber que sube noticias del fútbol ecuatoriano en vídeo y que en la búsqueda fue el único que se encontró en esta plataforma como nativo digital. Este canal tiene 126.753 suscriptores desde su lanzamiento en 2014 y que desde esa fecha hasta diciembre 2018 ha obtenido 27.642.086 reproducciones en su canal. Los videos de XDotes son sobre fútbol ecuatoriano en gran medida y aproximadamente logra un promedio de 21.000 reproducciones por cada video que sube, tomando en cuenta que lo hace diariamente. Además, hace mención a dos aplicaciones (One Football y Betsim) que podrían ser su fuente de financiamiento.

Abajo un gráfico de la evolución del uso de internet y penetración del mismo en España, con datos obtenidos del estudio EGM con actualización hasta noviembre 2018. El gráfico muestra el incremento en el uso de internet desde 1997 hasta 2018 con 78.8% de individuos que usan internet en España. Añadido a esto está el dato que en este país el sitio de internet más visto es YouTube con 25.890.000 visitantes únicos al día.

El medio deportivo digital más popular en Ecuador

De acuerdo a Carlos Limongi, creador del sitio web deportivo Studio Fútbol, su proyecto fue el primero en el área en explorar el entorno digital como una opción. La idea nació en 2009 con Carlos Limongi y su hermano que se inspiraron en lo que se estaba haciendo en Estados Unidos. En un principio se pensó en algo físico, pero por costos de impresión no era viable el proyecto por lo que arrancaron formalmente un blog que se llamó Récord y que en 2010 oficialmente empezó a funcionar como Studio Fútbol “el primer diario digital del Ecuador”.

Limongi menciona que su idea era un “agregador de noticias”. “En aquella época las redes sociales no estaban tan desarrolladas, queríamos ser un conglomerado de noticias deportivas para que el usuario no necesite mirar a los portales de diarios que ya existían, nosotros queríamos ser la fuente fija para quien nos leía en el ordenador”. Actualmente, Studio Fútbol se sustenta, pero quienes fundaron el medio deportivo y sus colaboradores no viven de eso, sin embargo, se busca

que sea un negocio, que en principio no fue diseñado con ese motivo. Para eso dice Carlos que es necesario posicionar al producto y saber hablar con las marcas para mostrarles el camino del mundo digital, “se debe tener una forma diferente de hablar con las marcas para generar auspicios en el mundo virtual, que funciona muy diferente a la publicidad en medios tradicionales”.

Este portal cuenta actualmente con 90.000 visitas al día y genera ingresos a través de marcas que publicitan en su sitio web. Una publicación de 2016 de Diario El Comercio de Quito informa que los nativos digitales no tenían mayor peso hasta el año 2012 esto como indica un estudio llamado ‘Mapa de Medios Digitales del Ecuador’ del académico y profesional en comunicación digital, José Rivera, solo se encontraron 34 medios con mayor presencia en Pichincha y Guayas. Sin embargo, hasta 2016 el número se incrementó a 49 como indicó el dato del libro ‘Ciberperiodismo en Iberoamérica’ del profesor Ramón Salaverría. (Rivera, 2012).

Rivera explica “Es más económico abrir un medio digital, no necesita de una frecuencia, trámites engorrosos para montar una radio o un canal de televisión” (Rivera, 2012). De acuerdo con Rivera, los nativos digitales son los que existen exclusivamente en el entorno digital y la normativa de la Ley de Comunicación no los reconoce como ‘medios de comunicación’, es así que sus artículos no los alcanzan.

9. Conclusiones de la investigación

- Los medios deportivos nativos digitales, dependen de la colaboración económica de su audiencia, sin embargo, en Ecuador, estos medios no han explorado otra forma de financiamiento que no sea publicidad. Luego de la investigación se encontró que estos medios tienen un problema de sustentabilidad que limita la calidad del contenido.
- A diferencia de proyectos periodísticos como Vox de Estados Unidos, que acaba de lanzar un nuevo modelo de financiamiento basado en un aporte

mensual de sus seguidores, a cambio de contenido exclusivo y bien cuidado o la estrategia del diario estadounidense The New York Times, que cobra \$1 mensual por contenido digital a sus usuarios.

- El profesor de periodismo de la universidad de Elche, Miguel Carvajal, experto en modelos de negocio en periodismo, habla sobre modelos de financiamiento para medios y emprendimientos en la web. Propone la suscripción o un muro de pago (publicidad en banner), miembros o socios que aporten un valor económico, la plataforma Patreon (plataforma de membresía para que los creadores sean remunerados económicamente), venta de productos relacionados al proyecto (camisetas, libros, afiches, otros), donaciones, anuncios, contenido patrocinado, publireportajes, publicidad nativa en podcast, patrocinio en boletines de correo electrónico, servicios de formación y eventos serían algunas maneras en que los productos deportivos digitales se puedan financiar y elevar su calidad en el contenido
- Los contenidos tienen que ser de calidad y buscar ser un negocio, como analiza Rojas Torrijos (2015), en la investigación sobre innovación en el periodismo emprendedor deportivo. Modelo de negocio y narrativas cuando toma el ejemplo de El Enganche y lo describe como una propuesta de valor que genera contenidos más allá de la lectura diaria y ofrece dos vías de ingreso: la venta de mercadería relacionada y acceso al público a contenido único.
- La segunda conclusión tiene que ver con el poco uso audiovisual, debido a que no se encontró formatos como reportajes, biografías o temas deportivos dedicados.
- Se halló poca innovación en los medios deportivos digitales de Ecuador, ya que en muchos de los casos los sitios web tenían una portada (Home Page) muy similar, así como el uso de sus narrativas replicaban modelos del periodismo deportivo tradicional y la misma agenda noticiosa con

programas convencionales de larga duración, trasladadas al campo digital.

- Los medios aún tienen que seguir explorando el área digital ofreciendo contenidos diferentes, de fácil consumo y que apunte a generar mayor número de reproducciones y acercamiento con la audiencia, que se va a ver reflejado en suscriptores.
- Algunos emprendimientos deportivos digitales no son creadores de contenido sino replicadores de noticias, del mismo modo, su constancia y periodicidad en el medio es baja. Se debe crear publicaciones y contenido regularmente para tener un incremento de audiencia. Necesitan subir contenido con mayor periodicidad y entender mejor los formatos y dinámicas de los canales de distribución digital (redes sociales y plataformas de contenido audiovisual como YouTube).
- Se encontró que los productos deportivos no son creadores de contenido nuevo, exclusivo y diferenciador. La mayoría son agregadores de noticias, pero no extienden los formatos o hacen uso de formas creativas de contar el deporte a la audiencia.
- El estudio evidenció un uso excesivo de formatos digitales en video y texto, sin embargo, no se ha explorado nuevas propuestas como la herramienta de podcast (programas de audio a la carta), pues de los medios nativos digitales no se encontró a ninguno que tenga registrado un programa en Spotify- iTunes (Apple podcast) o cualquier otra plataforma similar.
- Desde la perspectiva de informantes como Santiago Guerrero (Bendito Fútbol) y Christian Escobar (Ónix Channel), es imprescindible, generar una cultura de pago a los contenidos para de esta manera, apoyar a sus creadores para que con su contribución, el periodismo emprendedor deportivo brinde mayor innovación, valor y calidad.

- Los medios deportivos digitales de Ecuador necesitan entender mejor al usuario y tenerlo como su prioridad. Analizar su comportamiento, preguntar sobre sus intereses, necesidades y gustos. Son parámetros que no se han tomado en cuenta.

10. Estructura del reportaje multimedia y sus elementos

La estructura de este reportaje ha sido dividida en las siguientes secciones:

10.1 Primera sección: Página de bienvenida (INICIO)

En esta sección se encuentra la división del reportaje multimedia, la misma está segmentada en cuatro temas grandes de los que parte la investigación: Medios deportivos en Ecuador, Medios tradicionales y nativos digitales en Ecuador, Referencia Internacional y Salto a lo digital.

10.2 Medios deportivos en Ecuador, Inicios e hitos

En esta sección está el contexto, las circunstancias que rodearon el desarrollo de los medios deportivos en el país. Este espacio utiliza una línea de tiempo como recurso para explicar con una corta descripción cada hito. Esta línea de tiempo está acompañada de fotografías que complementan la información y en otros casos se hace uso de audios y gráficos con datos estadísticos.

10.3 Estado actual de los medios deportivos en Ecuador

En esta parte se cuenta con datos cuál es la actualidad de los medios deportivos tradicionales del país. Se utiliza imágenes (logotipo) de las estaciones de radio para graficar cuáles son los medios deportivos que existen actualmente aquí. Los textos van acompañados de destacados que informan un dato importante. Se presenta una infografía con información sobre el panorama de los medios en cifras y se incluyen estadísticas con gráficos interactivos.

10.4 Medios deportivos tradicionales

Esta área presenta por medio de íconos, cuáles son los medios tradicionales vigentes del país, esta información se acompaña de una tabla que incluye a todos estos medios. Esta sección tiene una infografía con las características de cada medio, entrevistas de realización propia en audio y video con vinculados que aportan con un contexto sobre los medios tradicionales.

10.5 Medios deportivos digitales (Nativos digitales)

Esta sección presenta a los medios nativos digitales de Ecuador. Se complementa con textos con información de su creación, financiamiento, contenido. Se utilizan entrevistas con los creadores ecuatorianos de estos proyectos. Christian Escobar (Ónix Channel), Gabriel Ordóñez del portal deportivo Teradeportes, una explicación de Christian Espinoza acerca del inicio de los emprendimientos digitales y modelo de sustento. Además, se presentan datos, cifras de la audiencia de los medios deportivos digitales de Ecuador.

10.6 Medios digitales de referencia internacional

Aquí se encuentra texto, video y audios de entrevistas realizadas a periodistas y emprendedores españoles que han utilizado el espacio digital para hacer crecer sus productos deportivos. Se presentan los casos de proyecto Panenka, una revista deportiva con contenido web, El Enganche, Ecos del Balón, Campeones, entre otros. En esta sección se repasa los métodos de financiamiento, características, formatos, maneras de innovar, auto sustentabilidad. Aquí se relata la experiencia de cada caso de referencia en el área y se complementa con imágenes, texto y recursos multimedia.

10.7 Salto a lo digital

Esta parte presenta videos y audios de entrevistas con Christian Espinoza, experto en periodismo digital y el periodista español, José David López, creador

del podcast de fútbol El Enganche. Se habla sobre las perspectivas a futuro de lo que puede llegar a pasar con los medios deportivos digitales, cuáles son sus desafíos y sus claves para los próximos años. Se añade una sección con información sobre distintos formatos de innovación probados con un proyecto digital ficticio. Finalmente se deja un espacio para registro de medios que no hayan sido incluidos en la investigación.

11. Link del reportaje multimedia:

<https://afchavez.wixsite.com/website-4>



REFERENCIAS

- Alcoba, A. (2005). *“Periodismo deportivo”*. España: Síntesis, S.A.
- Carvajal, M. (2017). Congreso Internacional de Periodismo reúne a 200 expertos en Elche, Recuperado de: <http://www.diarioinformacion.com/elche/2017/06/08/xxiii-congreso-internacional-periodismo-reune/1903803.html>
- Lambert, C. (2019). “Digital Sports Journalism” Recuperado de: <http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com/2019/01/las-nuevas-habilidades-digitales.html>
- EL UNIVERSO. (2014). “La primera transmisión deportiva radial fuera de estudios” Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/deportes/2014/04/06/nota/2609096/primera-transmision-deportiva-radial-fuera-estudios>
- EL COMERCIO. (2014). *“Nueva Emisora Central cerró sus servicios de información deportiva”* Recuperado de: <http://www.elcomercio.com/deportes/futbol/nueva-emisora-central-cerro-servicios.html>
- EL COMERCIO. (2014) *“Radio Quito cumple hoy 74 años siendo la voz de la capital”* Recuperado de: <http://www.elcomercio.com/actualidad/radio-quito-aniversario-ecuadoradio-periodismo.html>
- El País. (2010) Libro de estilo de El País. Recuperado de: <https://colecciones.elpais.com/literatura/94-libro-de-estilo-de-el-pais.html>
- El País. (2018) *La Ser afianza su liderazgo al incrementar su audiencia hasta los 4.139.000 oyentes.* Recuperado de: https://elpais.com/cultura/2018/11/29/television/1543486636_330452.html
- Gehrke, M. Lizarazo, N. Noboa, P. Olmos, D y Pieper, O. (2016) *Panorama de los medios en Ecuador.* Recuperado de: <https://m.dw.com/downloads/30336831/panorama-de-los-medios-en-ecuador-pdf.pdf>
- Mascardi, J. (2015). *“Cinco tendencias del periodismo deportivo en la era digital”*. Recuperado de: <http://www.rosarioplus.com/noticias/Cinco-tendencias-del-periodismo-deportivo-en-la-era-digital-20150806-0032.html>

- Montín, J. (2000). *“La crónica deportiva: José A. Sánchez Araujo”* Recuperado de:
https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/11717/file_1.pdf?sequence=1
- Paredes, D y Sierra, R. (2011). *“Análisis de la profesionalización del Periodismo Deportivo en Quito desde el año 2000 hasta la actualidad alrededor de los éxitos futbolísticos de las selecciones nacionales y Liga Deportiva Universitaria de Quito”*, (Tesis de pregrado), Universidad Internacional del Ecuador. <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/478/1/T-UIDE-0444.pdf>
- Pérez Blanco, P. (2016). *El periodismo en la era digital*, Recuperado de:
http://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html
- Ramírez, J (2011). *Memorias del deporte: Fútbol*. Recuperado de:
http://aplicativos.deporte.gob.ec/investigacion/libros/Memorias_Deporte1_Futbol.pdf
- Rivera, J. (2010). *Las radios también se encienden en la era del internet*. Recuperado de: <http://tikinauta.com/blog/?p=51>
- Rivera, J. (2012). *Mapa de medios digitales*. Recuperado de:
<http://tikinauta.com/blog/wp-content/uploads/2014/09/Mapa-medios-digitales-Jos%C3%A9-Rivera-Costales.pdf>
- Ripollés, A. (2010). *Prensa en internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia*. Recuperado de:
<file:///C:/Users/Andres/Downloads/37729-117979-2-PB.pdf>
- Torrijos, J. (2014). *“Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro”*. Recuperado de:
http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/v4/pe/3_periodismo_deportivo.pdf
- Torrijos, J. (2014). Recuperado de: *Periodismo deportivo, divulgación e innovación. Estudio de casos de coberturas informativas internacionales de los JJ.OO. de Invierno 2014*
http://textualvisualmedia.com/images/revistas/07/articulos/periodismo_deportivo.pdf
- Tulloch, C y Ramón-Vegas, X. (2016). *El profesional de la información*, Recuperado de:
<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2016/may/10.pdf>

Torrijos, R. (2014). *Periodismo Deportivo. Nuevas Tendencias y perspectivas de futuro*. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/68618/PeriodismoDeportivoNuevasTendenciasYPerspectivasDe-6068722%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torrijos, R. (2010). "Los medios digitales como vehículos educadores para los más jóvenes". Recuperado de: [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/57012/los_medios_digital es_como_vehiculos_educadores_para_los_mas_jovenes_el_uso_correc to_del_lenguaje_y_la_formacion_en_valores._una_vision_panhispanica.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/57012/los_medios_digital_es_como_vehiculos_educadores_para_los_mas_jovenes_el_uso_correc_to_del_lenguaje_y_la_formacion_en_valores._una_vision_panhispanica.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

ANEXOS

RADIOS (FM)

921 TOTAL

144 AM

1065 RADIOS
EC

AZUAY 79 (FM)

LOJA 74 (FM)

MANABI 73 (FM)

Chimborazo 62 (FM)

GUAYAS 60 (FM)

Pichincha 57 (FM) 27 (AM) = 84

AZUAY 65 (PRIVADOS)

FM 13 (SERVICIO)

1 (COMUNITARIO)

LOJA 55

GUAYAS 52

MANABI 49

CHIMBORAZO 47

Pichincha 43

Pichincha Súper K 1200 AM

CRE SATELITAL

PARAVANA AM

POSITIVA AM 860

FM

RADIO LA RED 102.1

RADIO MACH DEPORTES (LA PODEROSA) 92.9

FÚTBOL FM 96.9

CRE EN 1998 TAMBIÉN SE CONVIRTIÓ EN PIONERA,
YA QUE LANZÓ SU EMISIÓN RADIAL POR INTERNET
CON UN PORTAL WEB. → ¡CUÁNDO LLEGAN LAS PRIMERAS WEBS A EC.

CONOCER SITUACIÓN ACTUAL MEDIOS DIGITALES EN ECUADOR DEPORTIVOS

→ IDENTIFICAR LOS MEDIOS DEPORTIVOS DIGITALES QUE HAY

↓
NATIVOS (QUE NACIERON)
MIGRADOS (TAMBIÉN TIENEN PRESENCIA)

- PROCESOS DE CREACIÓN
- FINANCIAMIENTO
- REGULACIONES
- FORMATO
- ESTRUCTURA
- CONTENIDO
- DIFUSIÓN
- AUDIENCIA
- CARACTERÍSTICAS

xq' se crearon (dejar en claro)

Incluidad → Que sepan LA REALIDAD y cómo hacer un medio digital
CUAL ES

DEJAR EN CLARO SI ES O NO UN BUEN NEGOCIO y hacia dónde va/está

RAZONES PARA REALIZAR

Se destaca como una modalidad informativa
por su alto impacto social y universalidad

EL PD ESTÁ ~~TRAVÉS~~ ^{PASANDO} POR UNA ÉPOCA DE EXPANSIÓN

CON EL NACIMIENTO DE LOS NUEVOS MEDIOS DE COM.

Que se comienzan a especializar y difundir con
en diferentes soportes. Su estructura también ha cambiado.

Hoy se caracteriza por tener distintas e innovadoras formas de
contar historias. → Aprovechando las nuevas tec.

ANTECEDENTES → LOS MEDIOS DEPORTIVOS DIGITALES

CONTEXTO Y SITUACIÓN ACTUAL DEL TEMA INVESTIGADO

CIFRAS

DECLARACIONES

DATOS

Hechos notorios

PARA ENTENDER EL TEMA y cómo se realiza

Según la tesis de

(Torres, 2013, p. 21)

CARTA CONSENTIMIENTO

Andrés Cabrera (Campeón) → Mamolé

Marcel Beltrán (Purénca) → Mandé

Studio Fútbol

Onix

Fútbol FM (La radio redonda) → Mandé

Bendito Fútbol

Christian Espinoza

Reinaldo Romero

1. La llegada del fútbol a Ecu

2. Medios (periódico) → TV → RADIO - ONLINE

ACTUAL

MEDIOS YT (LTV - BARCELONA)

REVISTA ESTADIO

DECLARACIONES

Cifras

Datos

DIARIO EL TELEGRAMA

1900 28 de enero se anuncian ↗

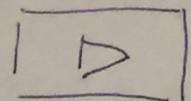
LOS PRIMEROS PARTIDOS DE FÚTBOL JUGADOS

POR EQUIPOS ECUATORIANOS.

2 EQUIPOS / ENTRE SOCIOS DEL GYÉ SPORT CLUB, EL PÚBLICO

MIRABA CON ASOMBRO. EN 1906 SE INICIÓ LA PRÁCTICA DE ESTE DEPORTE EN QUITO.

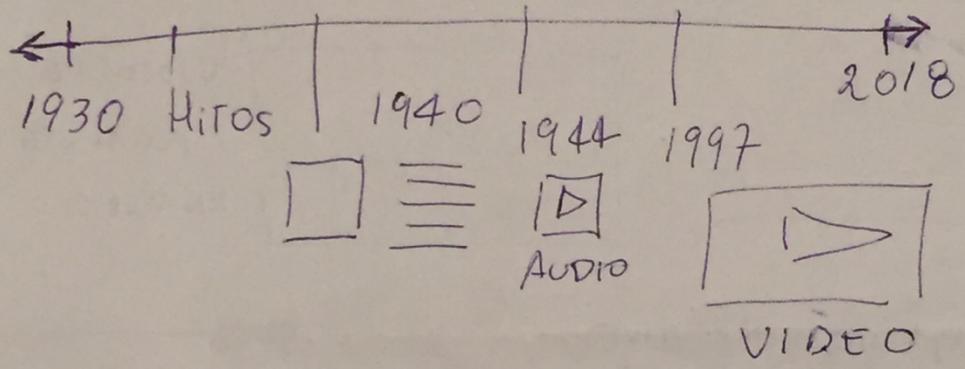
REPORTAJE MULTIMEDIA INICIO - CONTEXTO - MEDIOS



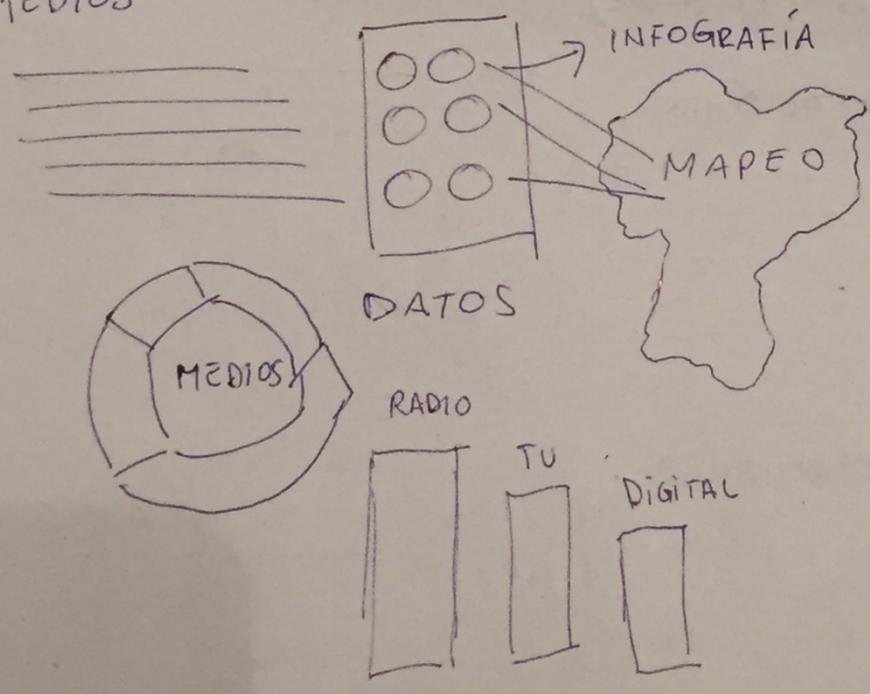
PORTADA

MODELO INTERNACIONAL

LÍNEA DE TIEMPO

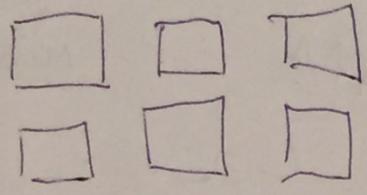
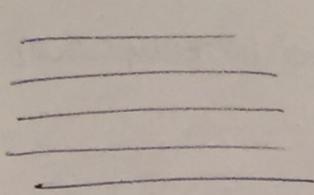


MEDIOS



MEDIOS DEPORTIVOS DIGITALES

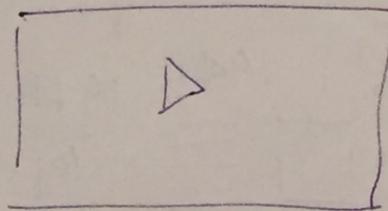
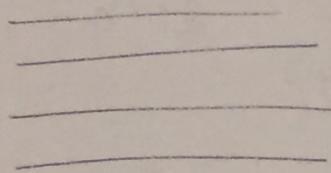
ACTUALIDAD



¿CUALES SON?

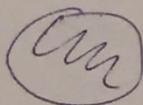
→ ACÁ UNA INFOGRAFÍA

DESARROLLO WEB

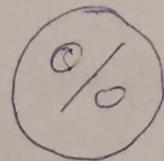
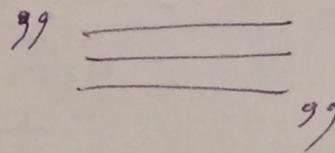
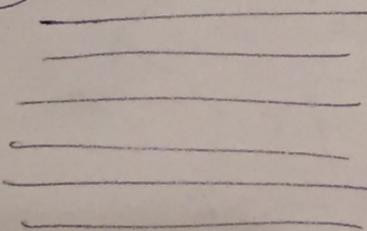


VIDEO DE ESPECIALISTA EN WEB 2.0

LOS MEDIOS DEPORTIVOS DIGITALES (ECUADOR)

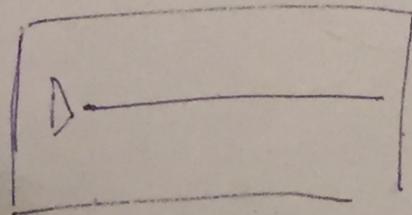
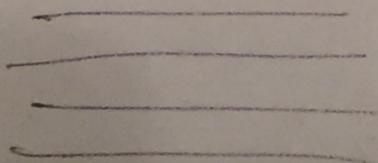


CANAL ÓNIX



DATO

FINANCIAMIENTO



AUDIO

RADIODIFUSIÓN SONORA Y TELEVISIÓN ABIERTA

Categoría: Infraestructura

Listado completo de estaciones de radiodifusión sonora y televisión abierta a nivel nacional

Provincia	Categoría	Concesionario	Representante Legal	Nombre Estación	Frecuencia	Canal	Tipo	
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	ASOCIACION DE TRABAJADORES AGRICOLAS AUTONO	QUEZADA BURUHAN JOSE RAFAEL	RADIO SONOONDA I	960		MATRIZ	CUEP
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	AVILA SOLANO BOLIVAR RODRIGO	AVILA SOLANO BOLIVAR RODRIGO	ALFA MUSICAL	1140	2	MATRIZ	AZO
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	COMPAÑIA DE RADIO Y TELEVISION CORTEL S.A.	IN GUERRERO GOMEZ ANTONIO ALBERTO	C.R.E.SATELITAL	104100	2	REPETIDOR	AZO
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PIEDRA LEDESMA JORGE DAVID (+)	PIEDRA LEDESMA JORGE DAVID (+)	LA VOZ DE TOMEBAN	1070	2	MATRIZ	BIBLI
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PINOS GUARICELA DANIEL ARTURO	PINOS GUARICELA DANIEL ARTURO	CUENCA LA VOZ DE L	1180	2	MATRIZ	GIRC
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PINOS GUARICELA LAUTARO CIRILO	PINOS GUARICELA LAUTARO CIRILO	TROPICANA	1390	2	MATRIZ	AZO
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PINOS GUARICELA TELMO POLIVIO	PINOS GUARICELA TELMO POLIVIO	ECOS DEL PORTETE	1580	2	MATRIZ	GIRC
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PULLA CELLERI ROSA MARIA	PULLA CELLERI ROSA MARIA	LA VOZ DEL RIO TARC	1290	2	MATRIZ	GIRC
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	RADIO CARAVANA S.A.	SILVA MARTINEZ LUIS ALFONSO	AUSTRAL DEL ECUAD	940	2	MATRIZ	BIBLI
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	RADIO LA VOZ DE SAN FERNANDO 1.350 AM SISTEMA	ROMERO VELASQUEZ MANUEL HUMBERTO	LA VOZ DE SAN FERN	1350	2	MATRIZ	GIRC
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	RADIO ONDAS AZUAYAS AM (HCJCS) CIA. LTDA.	CARDOSO MARTINEZ EDGAR GUSTAVO	ONDAS AZUAYAS	1110		MATRIZ	EL TA
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	RADIO SPLENDID CIA. LTDA.	VALENCIA VINTIMILLA GUSTAVO EDUARDO	RADIO SPLENDID	1040		MATRIZ	CUEP
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	SOCIEDAD CULTURAL CENTRO GUALACEO	LUCERO SALINAS RODRIGO JOSE	CENTRO GUALACEO	1410	2	MATRIZ	PAU
AZUAY	FM - Frecuencia Modulada	ALIANZA FRANCESA DE QUITO	TORRES PROAÑO IVAN	FRANCIA-ECUADOR	104,9	2	MATRIZ	AZO
AZUAY	FM - Frecuencia Modulada	ANDIVISION S.A.	SUAREZ MOSQUERA WILSON RODRIGO	TROPICALIDA STEREO	89,7	2	REPETIDOR	AZO
AZUAY	FM - Frecuencia Modulada	BRITO MONTERO RENE	BRITO MONTERO RENE	SISTEMA RADIAL DEL	91,7		MATRIZ	CUEP

RADIODIFUSIÓN SONORA Y TELEVISIÓN ABIERTA

Categoría: Infraestructura

Listado completo de estaciones de radiodifusión sonora y televisión abierta a nivel nacional

Provincia	Categoría	Concesionario	Representante Legal	Nombre Estación	Frecuencia	Canal	Tipo	
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	ASOCIACION DE TRABAJADORES AGRICOLAS AUTONO	QUEZADA BURUHAN JOSE RAFAEL	RADIO SONOONDA I	960		MATRIZ	CUEP
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	AVILA SOLANO BOLIVAR RODRIGO	AVILA SOLANO BOLIVAR RODRIGO	ALFA MUSICAL	1140	2	MATRIZ	AZO
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	COMPAÑIA DE RADIO Y TELEVISION CORTEL S.A.	IN GUERRERO GOMEZ ANTONIO ALBERTO	C.R.E.SATELITAL	104100	2	REPETIDOR	AZO
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PIEDRA LEDESMA JORGE DAVID (+)	PIEDRA LEDESMA JORGE DAVID (+)	LA VOZ DE TOMEBAN	1070	2	MATRIZ	BIBLI
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PINOS GUARICELA DANIEL ARTURO	PINOS GUARICELA DANIEL ARTURO	CUENCA LA VOZ DE L	1180	2	MATRIZ	GIRC
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PINOS GUARICELA LAUTARO CIRILO	PINOS GUARICELA LAUTARO CIRILO	TROPICANA	1390	2	MATRIZ	AZO
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PINOS GUARICELA TELMO POLIVIO	PINOS GUARICELA TELMO POLIVIO	ECOS DEL PORTETE	1580	2	MATRIZ	GIRC
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	PULLA CELLERI ROSA MARIA	PULLA CELLERI ROSA MARIA	LA VOZ DEL RIO TARC	1290	2	MATRIZ	GIRC
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	RADIO CARAVANA S.A.	SILVA MARTINEZ LUIS ALFONSO	AUSTRAL DEL ECUAD	940	2	MATRIZ	BIBLI
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	RADIO LA VOZ DE SAN FERNANDO 1.350 AM SISTEMA	ROMERO VELASQUEZ MANUEL HUMBERTO	LA VOZ DE SAN FERN	1350	2	MATRIZ	GIRC
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	RADIO ONDAS AZUAYAS AM (HCJCS) CIA. LTDA.	CARDOSO MARTINEZ EDGAR GUSTAVO	ONDAS AZUAYAS	1110		MATRIZ	EL TA
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	RADIO SPLENDID CIA. LTDA.	VALENCIA VINTIMILLA GUSTAVO EDUARDO	RADIO SPLENDID	1040		MATRIZ	CUEP
AZUAY	AM - Amplitud Modulada	SOCIEDAD CULTURAL CENTRO GUALACEO	LUCERO SALINAS RODRIGO JOSE	CENTRO GUALACEO	1410	2	MATRIZ	PAU
AZUAY	FM - Frecuencia Modulada	ALIANZA FRANCESA DE QUITO	TORRES PROAÑO IVAN	FRANCIA-ECUADOR	104,9	2	MATRIZ	AZO
AZUAY	FM - Frecuencia Modulada	ANDIVISION S.A.	SUAREZ MOSQUERA WILSON RODRIGO	TROPICALIDA STEREO	89,7	2	REPETIDOR	AZO
AZUAY	FM - Frecuencia Modulada	BRITO MONTERO RENE	BRITO MONTERO RENE	SISTEMA RADIAL DEL	91,7		MATRIZ	CUEP

Quito, 12, 12, 2018

Por medio de la presente:

Yo, MARCEL BELTRÁN BERNABEU....., CI. 9998555-P, autorizo el uso de
 (Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)
 Entrevista en audio y video..... a la/ el señorita/ señor
 Andrés Chávez..... con número de matrícula,
 701952..... estudiante de Periodismo de la Universidad de Las
 Américas.

El/ La estudiante Andrés Chávez..... utilizará este material en el
 contexto del reportaje Mapeo de medios deportivos en Ecuador. De lo tradicional a lo digital.
 como parte de su trabajo de la asignatura de
 Proyecto de grado.....

Atentamente,

.....
 Nombre y apellido: Marcel Beltrán Bernabeu
 Cargo: Editor web y redes sociales
 Empresa: Panenka
 Número de cédula: 9998555-P
 Teléfono celular: +34 626 60 92 00
 Correo electrónico: marcel@panenka.org

Quito, 12, 12, 2018

Por medio de la presente:

Yo, MARCEL BELTRÁN BERNABEU....., CI. 9798555-P.. autorizo el uso de
(Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)
Entrevista en audio y video..... a la/el señorita/señor
Andrés Chávez..... con número de matrícula,
701952..... estudiante de Periodismo de la Universidad de Las
 Américas.

El/ La estudiante *Andrés Chávez*..... utilizará este material en el
 contexto del reportaje...*Mapeo de medios deportivos en Ecuador. De lo tradicional a lo digital.*
 como parte de su trabajo de la asignatura de
Proyecto de grado.....

Atentamente,

.....
 Nombre y apellido: *Marcel Beltrán Bernabeu*
 Cargo: *Editor web y redes sociales*
 Empresa: *Panenka*
 Número de cédula: *9798555-P*
 Teléfono celular: *+34 626 60 92 00*
 Correo electrónico: *marcel@panenka.org*

Quito, Diciembre 12 de 2018

Por medio de la presente:

Yo, **Esteban Rafael Ávila Villagómez**, Cl. **1716129554** autorizo el uso de **Entrevista en formato audio/video/reportaje gráfico o formato similar** al señor **Andrés Chávez** con número de matrícula, **701952** estudiante de Periodismo de la Universidad de Las Américas.

El estudiante **Andrés Chávez** utilizará este material en el contexto del proyecto de **Titulación Medios Deportivos** Digitales como parte de su trabajo de la asignatura de **Periodismo**.

Atentamente,

Esteban Rafael Ávila Villagómez

Cargo: Director Editorial
Empresa: La Radio Redonda Radialpa S. A.
Número de cédula: 1716129554
Teléfono celular: 0998422585
Correo electrónico: esavilav@hotmail.com

Convesación vía correo electrónico con el periodista Miguel Quintana donde se le pide que llene los datos desde España para la carta de consentimiento

Carta de consentimiento ▶ Recibidos x



Andrés Chávez <afchavez@udlanet.ec>
para Miguel.Quintana.Alarcon, mí ▾

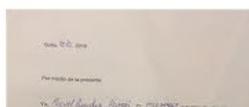
mar., 18 dic. 21:49 (hace 1 día) ☆ ↶ ⋮

Miguel te envió el archivo adjunto ya con los datos escritos. Solo faltaría tu firma. Confírmame por favor si te llego el mail apenas puedas. Fuerte abrazo y muchas gracias.



Miguel Quintana
para mí ▾

9:29 (hace 13 horas) ☆ ↶ ⋮



Dec 18 ✓

No me deja rellenarlo bien. Puedes rellenarlo tú y te lo firmo? Es que no puedo imprimirlo aquí. Tengo que hacerlo sobre Word.

Miguel Quintana Alarcón

02674946T



No sé si necesitas algo más

Dec 18

Ok amigo el único problema sería la firma

Cómo hacemos con eso?



Dec 18 ✓

Quito, 18 de 2018

Por medio de la presente:

Yo, Miguel Quintana Alarcón, CI. 02674946T autorizo el uso de
 (Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)
entrevista - audio a la/el señorita/señor
Andrés Chávez con número de matrícula,
701952 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las
 Américas.

El/ La estudiante Andrés Chávez utilizará este material en el
 contexto del reportaje Mapeo de medios deportivos en Ecuador
 como parte de su trabajo de la asignatura de
Titulación

Atentamente,



.....
 Nombre y apellido: Miguel Quintana Alarcón
 Cargo: Periodista
 Empresa: Ecos del balón - Diario de un periodista deportivo
 Número de cédula: 02674946T
 Teléfono celular:
 Correo electrónico: miguel.quintana.alarcon@gmail.com



Quito, 14 de febrero de 2019

Por medio de la presente:

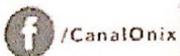
Yo, Christian Paúl Escobar Salazar, con CI.171970390-0 autorizo el uso de los videos de la entrevista al señor Andrés Chávez con número de matrícula, 701952, estudiante de Periodismo de la Universidad de Las Américas.

El estudiante Andrés Chávez utilizará este material en el contexto del reportaje "Medios deportivos en Ecuador, de lo tradicional a lo digital", como parte de su trabajo de titulación

Atentamente,

Nombre y apellido: Christian Escobar
Cargo: Director
Empresa: Canal Ónix
Número de cédula: 1719703900
Teléfono celular: 0998468332
Correo electrónico: cpescobar90@gmail.com

Dirección: Calle de los Guacamayos N60 84 y Juan Molineros
Telf: 0998 7075346 - 0998468332



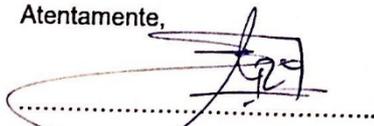
Quito, 14 2018

Por medio de la presente:

Yo, REINALDO ROMERO, CI. 1707217265 autorizo el uso de
(Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)
Entrevista en video a la/el señorita/señor
ANDRÉS CHÁVEZ con número de matrícula,
701952 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las
 Américas.

El/ La estudiante ANDRÉS CHÁVEZ utilizará este material en el
 contexto del reportaje MEDIOS DEPORTIVOS EN ECUADOR DE LO TRADICIONAL A
 como parte de su trabajo de la asignatura de LO DIGITAL
TITULACIÓN

Atentamente,



Nombre y apellido: REINALDO ROMERO
 Cargo: PERIODISTA
 Empresa: RADIO LA RED
 Número de cédula: 1707217265
 Teléfono celular: 0997572666
 Correo electrónico: reyromero62@yahoo.com

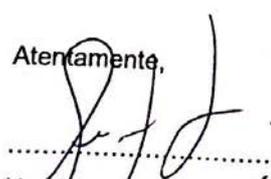
Quito, 15. 2018

Por medio de la presente:

Yo, Santiago Guerrero Vinuesa, CI. 040125579-9 autorizo el uso de
 (Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)
Entrevista en audio a la/el señorita/señor
Andrés Chávez con número de matrícula,
701952 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las
 Américas.

El/ La estudiante Andrés Chávez utilizará este material en el
 contexto del reportaje Medio deportivos en Ecuador. De lo tradicional a lo digital
 como parte de su trabajo de la asignatura de
Titulación

Atentamente,


 Nombre y apellido: Santiago Guerrero Vinuesa
 Cargo: Periodista
 Empresa: El Comercio
 Número de cédula: 040125579-9
 Teléfono celular: 0994282721
 Correo electrónico: sasty7@gmail.com

