

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO**  
**ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS**  
**CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



**PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA  
DEPORTIVO EN LA RADIO UNIVERSITARIA 97.9 FM, EN LA  
GESTIÓN 2023**

**PROYECTO PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO EN  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Autor:** Univ. Harold Abraham Salvatierra Ali

**Tutora:** Lic. Gabriela Montero Medrano

COBIJA – PANDO – BOLIVIA

2023

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO  
ÁREA CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS  
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA  
DEPORTIVO EN LA RADIO UNIVERSITARIA 97.9 FM, EN LA GESTIÓN  
2023

Proyecto de Grado sometido a consideración de la Universidad Amazónica de Pando, del Área  
Ciencias Sociales y Humanísticas y la Carreara Ciencias de la Comunicación Social

Requisito para optar al grado académico de:  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social

Por

Harold Abraham Salvatierra Ali

Cobija - Pando – Bolivia

2023

Este Proyecto de Grado, ha sido aceptado en su presente forma por la Universidad Amazónica de Pando, la Dirección del Área Ciencias Sociales y Humanísticas y aprobado por el Tribunal.

**FIRMANTES:**

-----  
M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera  
**DIRECTORA DEL ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS**

-----  
Lic. Carlos Vicente Lahor García  
**TRIBUNAL**

-----  
Lic. Lifer Romero Vaca  
**TRIBUNAL**

-----  
Lic. Guillermo Jesús Tiñini Zelada  
**TRIBUNAL**

-----  
Lic. Gabriela Montero Medrano  
**TUTORA**

-----  
Univ. Harold Abraham Salvatierra Ali  
**POSTULANTE**

**DEDICATORIA**

Dedico este trabajo:

A mis padres, Fernando Salvatierra Cruz y Scarleth Alí, porque este logro también es su logro.

A mi familia, que confió en mí en todo momento.

A todos los que creyeron y apoyaron mi proyecto de formación profesional. Misión cumplida.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, a Dios por haber hecho posible que alcance este objetivo.

A mis padres, Fernando Salvatierra Cruz y Scarleth Alí, por su cariño y apoyo incondicional.

A mis docentes, que me brindaron todo su conocimiento, contribuyendo paso a paso en mi formación profesional.

## ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice .....	iv
Índice de tablas .....	vii
Índice de figuras .....	viii
Lista de anexos .....	ix
Resumen ejecutivo .....	x
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>GENERALIDADES.....</b>	
3	3
1.1. Antecedentes generales.....	3
1.2. Descripción del problema.....	5
1.3. Objetivos.....	6
1.3.1. Objetivo general.....	6
1.3.2. Objetivos específicos.....	6
1.4. Justificación.....	7
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO METODOLÓGICO.....</b>	
8	8
2.1. Metodología.....	8
2.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	9
2.2.1. Observación no participante.....	9
2.2.2. Entrevista semiestructurada.....	10
2.2.3. Revisión documental.....	11
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>MARCO REFERENCIAL.....</b>	
13	13
3.1. Antecedentes teóricos sobre la radio deportiva.....	13
3.2. Marco normativo.....	16
3.2.1. Derecho constitucional a la información de calidad.....	16
3.2.2. La información en el Derecho Internacional.....	17
3.3. Marco teórico.....	18

3.3.1.	Bases teóricas del funcionalismo comunicativo.....	18
3.3.2.	Comunicación.....	20
3.3.2.1.	Comunicación mediática.....	20
3.3.2.2.	Modelos de comunicación masivos.....	21
3.3.3.	La radio como medio masivo.....	23
3.3.3.1.	Influencias de las radios emisoras en la sociedad.....	24
3.3.3.2.	La aparición de la radio universitaria.....	24
3.3.3.3.	Radio universitaria 97.9 FM.....	26
3.3.3.4.	Radio universitaria deportiva.....	26
3.3.3.5.	Radio y la producción informativa deportiva mediata e inmediata.....	27
3.3.4.	Programas deportivos.....	27
3.3.4.1.	Tipos de programas deportivos.....	28
3.3.4.2.	Características de los programas deportivos.....	29
3.3.5.	Producción de radio.....	29
3.3.5.1.	Guion técnico de radio.....	30
3.3.5.2.	Escala.....	31
3.4.	Marco conceptual.....	31
3.4.1.	Radio.....	31
3.4.2.	Emisión de radio.....	32
3.4.3.	Estudio.....	32
3.4.4.	Locución.....	33
3.4.5.	Consola.....	33
3.4.6.	Deporte.....	34
3.4.7.	Propuesta.....	34
3.4.8.	Implementación.....	35
<b>CAPÍTULO IV</b>		
<b>DIAGNÓSTICO.....</b>		<b>36</b>
4.1.	Resultados del diagnóstico.....	36
4.2.	Selección, jerarquización y priorización de necesidades.....	43

## **CAPÍTULO V**

<b>DISEÑO DEL PROYECTO</b> .....	45
5.1. Denominación y naturaleza del proyecto.....	45
5.1.1. Descripción del proyecto.....	45
5.1.2. Justificación del proyecto.....	46
5.1.3. Marco institucional.....	47
5.1.4. Finalidad del proyecto.....	48
5.1.5. Objetivos.....	48
5.1.5.1. Objetivo general.....	48
5.1.5.2. Objetivos específicos.....	48
5.1.6. Componentes, actividades y productos.....	49
5.1.7. Métodos y técnicas.....	56
5.1.8. Metas e indicadores.....	57
5.1.9. Beneficiarios directos e indirectos.....	58
5.1.10. Localización física y cobertura espacial.....	58
5.1.11. Organización de la evaluación.....	58
5.2. Marco administrativo.....	59
5.2.1. Equipo de gestión.....	59
5.2.2. Organigrama.....	60
5.2.3. Cronograma.....	61
5.2.4. Recursos humanos.....	62
5.2.5. Recursos materiales.....	63
5.2.6. Recursos financieros.....	67
5.3. Validación de la propuesta.....	67
<b>CONCLUSIONES</b> .....	69
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	70
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	72
<b>ANEXOS</b>	

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1	Funciones de comunicación de masas.....	19
Tabla 2	Tipos de programas deportivos.....	28
Tabla 3	Géneros que tiene la programación de radio universitaria.....	40
Tabla 4	Formatos que tiene la programación de radio universitaria.....	40
Tabla 5	Componentes, actividades y productos.....	50
Tabla 6	Identificación del programa deportivo.....	52
Tabla 7	Generos preferentes del programa deportivo.....	53
Tabla 8	Formatos preferentes del programa deportivo.....	54
Tabla 9	Disciplinas deportivas preferentes y su origen como contenido noticioso.....	55
Tabla 10	Metodos de preguntas.....	56
Tabla 11	Metas e indicadores.....	57
Tabla 12	Cronograma.....	61
Tabla 13	Recursos materiales.....	63
Tabla 14	Escaleta del programa 24/7 Radio Deportes.....	66
Tabla 15	Presupuesto.....	67

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1	Niveles de comunicación.....	21
Figura 2	Procesamiento del mensaje en el comunicador o en el perceptor.....	23
Figura 3	Organigrama del equipo en gestión.....	60

**LISTA DE ANEXOS**

Anexo 1	Ficha de observación.....
Anexo 2	Guía de entrevista.....
Anexo 3	Registro documental.....
Anexo 4	Imágenes de recopilación de información.....
Anexo 5	Entrevistas realizadas.....
Anexo 6	Programación de Radio Universitaria.....
Anexo 7	Acta de validación.....

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente Proyecto de Grado se enfocó en la comunicación mediática, específicamente en radiodifusión, mediante una propuesta de implementación de un programa deportivo en Radio Universitaria 97.9 FM, perteneciente a la Universidad Amazónica de Pando, en la gestión 2023. Oferta que obedece a diferentes necesidades programáticas institucionales y necesidades informativas de la audiencia.

Es así que el objetivo que dirigió este trabajo de grado se centra en abrir canales interactivos entre Radio Universitaria y su audiencia a través de un programa deportivo, para lo cual fundamenta su razón de ser mediante la aplicación de un diagnóstico de la programación de esta emisora, que permitió identificar sus necesidades de contenido noticioso de carácter deportivo; a través de ello se diseñó una propuesta para su inclusión en la programación de Radio Universitaria, documento que fue validado por el personal de esta casa radial.

Asimismo, se realizó las recomendaciones correspondientes al personal administrativo de Radio Universitaria, específicamente a la encargada de este medio de comunicación, tomando en cuenta que son ellos quienes toman las decisiones en la implementación de contenidos dentro de la programación; también, se recomendó a los periodistas de esta emisora radial, puesto que ellos deben velar por su autoformación, actualización y fortalecimiento de sus conocimientos periodísticos, incluso incursionando en la especialización de diferentes ámbitos noticiosos, caso concreto el periodismo deportivo; por último, se recomendó a la audiencia, para que sea parte activa del programa, apropiándose del mismo.

### **Palabras claves:**

Periodismo, deporte, especialización.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente Proyecto de Grado, trata sobre la propuesta de implementación de un programa deportivo en la Radio Universitaria 97.9 FM, en la gestión 2023, con el fin de que esta emisora cuente con un espacio de información deportiva y consolide y eleve sus niveles de audiencia.

En este sentido, se presentó una planificación general del proyecto a partir de una observación analítica con relación a la programación de la radio y sus vacíos informativos que generan una problemática evidente, que merece una respuesta concreta en base a un objetivo general que centra su atención en la elaboración de una propuesta de implementación de un programa deportivo en Radio Universitaria 97.9 FM, en la gestión 2023, para lo cual se realizó un diagnóstico de la programación de Radio Universitaria, identificando sus necesidades de contenido, dando lugar al diseño de un programa deportivo para su inclusión y emisión en Radio Universitaria.

Es así que se planteó una metodología que se basa en una investigación cualitativa de tipo descriptivo, es decir, a partir de observar las características específicas de la programación de Radio Universitaria; por eso se propuso una investigación cuidadosa y metódica, utilizando técnicas apropiadas para la recolección de información (Observación, entrevista y revisión documental), que otorgaron fundamentos que permitieron aplicar un análisis pertinente del objeto de estudio.

Todo este procedimiento tuvo como producto final una propuesta sólida como parte de la consolidación de un programa deportivo, que llene un sentido vacío en la programación de la radioemisora.

Asimismo, el proyecto plantea una organización basada en seis partes concretas: análisis situacional, marco metodológico, marco referencial teórico, diagnóstico, diseño del proyecto y recomendaciones.

El análisis situacional contiene los aspectos genéricos del Proyecto de Grado, es decir, contenidos que guían todo el trabajo de grado. Involucra a los antecedentes, el problema, los objetivos y la justificación, que son elementos teóricos esenciales.

El diseño metodológico implica los aspectos técnicos que se requieren para conducir este trabajo de grado en su ruta científica, para lo cual recolecta y organiza información, basados en el tipo y el enfoque de investigación, como técnicas adecuadas.

El marco referencial aborda la teoría desde la perspectiva de la comunicación funcionalista, es decir, desde procesos comunicativos masivos que permiten la difusión de información grandes audiencias. En el marco legal, se invoca a la norma constitucional y la norma internacional para fundamentar el derecho a la información y comunicación que tienen las personas y las instituciones.

El diagnóstico se enfoca en tres aspectos informativos importantes para Radio Universitaria: la existencia o no de un programa deportivo en esta emisora; tipo de información deportiva que se emite; espacios y horarios disponibles para la implementación del programa deportivos.

El diseño del proyecto está conformado por: denominación y naturaleza del proyecto y marco administrativo, espacios en los cuales está inserta la propuesta del programa deportivo.

Por último, las recomendaciones se dirigen: al personal directivo, los periodistas y las audiencias de Radio Universitaria.

Por lo tanto, este proyecto aporta a este medio comunicativo en la mejora de su programación, además, de abrir nuevos canales de interacción entre la emisora y sus audiencias, que se verán beneficiadas con información deportiva local, nacional e internacional.

# CAPÍTULO I

## ANÁLISIS SITUACIONAL Y PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

### 1.1. Antecedentes generales

La historia de los programas deportivos, emitidos por radios universitarias, tienen mucho que ver con medios radiofónicos de carácter público y privado, puesto que las superiores casas de estudios corresponden a iniciativas estatales y emprendimientos privados. En este sentido, en el caso norteamericano las emisoras radiales tienen fecha de origen, que remonta a las primeras décadas del siglo pasado, tal cual lo remiten Aguaded y Martín, al exponer que:

En Estados Unidos el término de emisora universitaria principalmente va asociado al concepto de College Radio, un fenómeno que se inició en el año 1917 gracias a experimentos en el ámbito radiofónico universitario, que serían origen de las primeras experiencias radiales de las College Radio, tanto de Estados Unidos como de Canadá. (2013, p. 66)

Experiencias que abrieron camino a otras iniciativas, específicamente en España, tal cual lo presentan en Pulido y Aguaded, afirmando que:

Las radios universitarias suponen en el actual contexto mediático español una realidad emergente y cada vez más consolidada. Aunque su existencia en España se remonta a hace ya más de veinte años, es ahora cuando su visibilidad está siendo más evidente gracias a la incorporación de las tecnologías e Internet, que ha supuesto una auténtica revolución en el diseño, planificación, organización y canales de difusión de las emisoras de radio universitarias. (s.f., p. 404)

Es decir, las radios universitarias, con el auge del internet, en vez de perder su influencia mediática, está más vigente que nunca, puesto que con la nueva tecnología ha mejorado en diferentes aspectos: no es necesario un aparato radio receptor, puesto que ahora la señal puede

captarse mediante los teléfonos celulares; la señal llega a donde hay conexión de internet; la participación de la audiencia es más activa.

Por su parte, en el contexto histórico latinoamericano, las radios universitarias fueron consolidándose paulatinamente, ampliando su influencia a todos los países. Con relación a este tema, Aruquipa relata que:

Por lo que respecta a América Latina, la primera emisora se inauguró en la Universidad de la Plata en 1924, seguida de la ubicada en la Universidad Nacional del Litoral. Posteriormente en 1933 surgiría en la Universidad de Antioquia en Colombia; en 1937 en la Nacional Autónoma de México y en la Universidad Técnica Federico Santa María de Chile. (2020, p. 12)

A partir de la iniciativa de la universidad argentina, las radios universitarias fueron proliferando, desde México, pasando por los países caribeños, hasta el sur de Chile, las universidades se fueron apropiando de la señal radiofónica, fortaleciendo su relación con la sociedad a través de los micrófonos. Este despertar mediático, también, tuvo repercusión en el territorio nacional, puesto que la Universidad Boliviana logró, en plena dictadura, la autorización para la instalación de radio emisoras en todas las universidades del sistema boliviano.

En cuanto a la creación de una radio universitaria se remonta a la década de los sesenta del pasado siglo, período de dictaduras en que los equipos fueron desmantelados por la abrupta situación política del país. El 13 de abril de 1976, en el gobierno de Hugo Banzer Suarez, se autorizó el funcionamiento de los canales de televisión y las radioemisoras de las universidades del sistema, y la otorgación de las respectivas frecuencias a todas las universidades del Sistema Nacional que contasen con esos medios de difusión. A partir de ello, el proyecto de contar con una televisión y/o radio universitaria se va retomando con la adquisición de equipos en frecuencia modulada (FM), con emisiones experimentales desde 1998. (Aruquipa, 2020, p. 14)

Bolivia tiene una amplia tradición en radios universitarias, las cuales han evolucionado con el tiempo hasta consolidar medios muy bien estructurados, que normalmente están a cargo de las carreras de comunicación social de cada universidad.

Con relación a los programas radiales con contenido deportivo, nuevamente, sitúan a Estados Unidos como uno de los pioneros que incursionó en la transmisión de información referida al deporte. Según Alcoba, citado por Pascual y Miguel, en su manual sobre periodismo deportivo:

(...) sitúa uno de los primeros hitos de la radio deportiva en sus orígenes, al que califica de espectacular por la época en la que se produjo. El 2 de julio de 1921, más de doscientas mil personas en Norteamérica pudieron escuchar la retransmisión radiofónica del combate de boxeo en el que se disputaba el título de campeón mundial de los pesos pesados entre Jack Dempsey y Georges Carpentier. Este hito sirve de muestra de la rapidez con la que se propagó la información deportiva en el nuevo medio, una actividad que atraía a los ciudadanos, gracias en parte al perfeccionamiento tecnológico que estaba sufriendo la radio. (2016, p. 28)

Es así que se abre un nuevo espacio y ámbito en la información cotidiana, especializada en los deportes, aunque, a decir verdad, las radios de cada región emiten información de entorno, con preferencia el deporte que más se practica. En este sentido Pulido y Aguaded plantean que “La radio universitaria puede servir por tanto como herramienta eficaz para ejercer ese papel de mediadora ante una sociedad que encuentra hoy por hoy pocos espacios de participación y de reflexión verdaderamente crítica en los medios convencionales.” (s.f., p. 406). También en el ámbito deportivo.

## **1.2. Descripción del problema**

El presente Proyecto de grado, trata sobre la propuesta de implementación de un programa deportivo en la Radio Universitaria 97.9 FM, en la gestión 2023, tomando en cuenta que la programación de esta emisora radial no cuenta con información deportiva propia, es decir, que no se produce este contenido noticioso.

Lo anterior se traduce en problemas específicos para este medio radiofónico, tales como vacíos de contenidos en su programación, que la pone en desventaja ante otras radioemisoras, puesto que el espectro informativo es incompleto. Además, hay que tomar en cuenta que Radio Universitaria tiene características específicas, relacionadas con la generación de información científica, académica, que implica diferentes disciplinas del saber, entre ellas la cultura y el

deporte, que son parte de la esencia informativa de este tipo de radioemisoras, por lo que es necesario producir contenidos de estas características.

Los anteriores problemas generan otro problema más, la pérdida de audiencia, es decir, parte de los radioescuchas prefieren otras emisoras que emiten información deportiva, por lo tanto, la influencia de la Radio Universitaria se debilita ante la audiencia de Cobija.

En consecuencia, se aporta con material informativo sobre distintos acontecimientos deportivos, con el fin de que la radio tenga un espacio de información y gane más audiencia para el crecimiento de la radio Universitaria. Por lo tanto, se realiza la siguiente pregunta del proyecto de grado:

¿Cómo se realizará la propuesta de implementación de un programa deportivo en la Radio Universitaria, 97.9 FM, en la gestión 2023?

### **1.3. Objetivos**

#### ***1.3.1. Objetivo General***

Elaborar una propuesta de implementación de un programa deportivo en Radio Universitaria 97.9 FM, en la gestión 2023.

#### ***1.3.2. Objetivos Específicos***

- Realizar un diagnóstico de la programación de Radio Universitaria, para identificar sus necesidades.
- Diseñar un programa deportivo para su inclusión en la programación de Radio Universitaria.
- Validar la propuesta de implementación de un programa deportivo en Radio Universitaria.

#### **1.4. Justificación**

El presente Proyecto de Grado consideró importante implementar un programa deportivo, para lo cual fundamentó su razón de ser con las siguientes justificaciones: social, académica e institucional.

Desde el punto de vista social, la importancia de la presente propuesta radica en el hecho de que los habitantes de Cobija sean plenamente informados con el acontecer deportivo de manera cotidiana, en sus diferentes disciplinas, de esta manera se proyecta que las personas se identifiquen aún más con Radio Universitaria. En este entendido, la emisora radial fortalece las relaciones comunicativas con la sociedad cobijeña mediante la diversificación de contenido informativo.

Académicamente, el proyecto centró su atención en la radio comunicación, puesto que constituye uno de los medios masivos con mayor alcance, es decir, que se aprovecha que simultáneamente se llega con la información a gran cantidad de radioescuchas, satisfaciendo la necesidad de información. Además, que la implementación de un programa de deportes permite incursionar en el periodismo radiofónico, desde una perspectiva del acontecer deportivo, generando contenidos con criterios técnicos basados en teorías comunicativas e informativas, dando utilidad a todos los contenidos desarrollados en la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

Por su parte, la importancia institucional se ajustó a la apertura de un espacio informativo especializado en la radio emisora, generando variedad en su programación, que a su vez complace las necesidades informativas de los radioescuchas, de esta manera subir el rating de audiencia, generando mayor preferencia por parte de la población. Además, con el fortalecimiento de su programación contrarresta la influencia mediática las otras radioemisoras, por la que se consolida como un medio más competitivo en el ámbito comunicativo.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO METODOLÓGICO**

El desarrollo del marco metodológico se fundamentó en el procedimiento que se sigue para determinar aspectos trascendentales que guiaron el presente proyecto de grado en su etapa investigativa, por lo que se consideró dos aspectos importantes: la metodología; y, las técnicas y sus instrumentos de recolección de información.

#### **2.1. Metodología**

La metodología, como proceso que guía el desarrollo del proyecto de grado, en su etapa investigativa, es decir, para fundamentar el diagnóstico, centró su atención en los siguientes aspectos: tipo de estudio, enfoque de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos.

En consecuencia, el tipo de estudio al que se adscribe el proyecto es de carácter descriptivo. Hernández et, al. plantean que:

Con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (...). (2014, p. 92)

En este sentido, fue necesario describir las características de la programación de Radio Universitaria, tomando en cuenta la importancia de la identificación detallada de su composición estructural y de contenido.

Desde el punto de vista estructural se tomó en cuenta la organización y composición de del personal que trabaja en la producción de contenidos radiales, es decir, como está compuesto el equipo, a partir de sus roles, funciones y responsabilidades.

Desde el punto de vista del contenido se tomó en cuenta la programación, describiendo los tipos de programas más frecuentes que se emiten la Radio Universitaria. Considerando, especialmente, aquellos que emiten cualquier tipo de información deportiva, haciendo énfasis en los géneros y formatos que se utilizan.

Asimismo, este trabajo de grado optó por el enfoque cualitativo como procedimiento de reflexión sobre el comportamiento del objeto de estudio. “(...) la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto.” (Hernández, Fernández, Baptista, 2014, p. 358). De esta manera se obtuvo información trascendental centrada en las opiniones y criterios personales de los entrevistados; el desarrollo natural del fenómeno observado; y, la información proporcionada por los documentos. Todo ello con una visión cualitativa.

## **2.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La recolección de información fue un proceso sistemático que requirió técnicas adecuadas para lograr la mayor cantidad y calidad de los datos obtenidos. En este sentido, en este proyecto, respondieron al siguiente detalle: observación, entrevista y revisión documental. Como se dijo anteriormente, todas ellas, tuvieron la finalidad de fundamentar el diagnóstico.

### ***2.2.1. Observación no participante***

El proceso de observación, en el presente trabajo de grado, se orientó a recolectar información mediante un seguimiento sistemático a la programación de Radio Universitaria. De acuerdo a Münch “En la observación no participante el investigador se limita a observar y recopilar información del grupo, sin formar parte de éste.” (2005, p. 53). En este sentido, el

proyectista no se involucró en el contexto observado, sino, que simplemente lo revisó. En consecuencia, se observó lo siguiente:

- Los programas que emite Radio Universitaria, escuchando diariamente sus emisiones.

Consecuentemente, se pretendió obtener la siguiente información:

- Tipo de contenido deportivo que se emite en Radio Universitaria.
- Los géneros y formatos que se utilizan para difundir información deportiva.
- Si se emite contenidos deportivos, cuáles son las disciplinas que son preferentes.
- Si se emite contenidos deportivos cuál es su origen; local, nacional, internacional

Esta técnica de recolección utilizó como instrumento a la ficha de observación (**Ver Anexo 1**). El mismo, es un registro de todo lo que se observó, desde los detalles hasta generalidades que presentó el objeto de estudio.

### ***2.2.2. Entrevista semiestructurada***

La entrevista es la técnica que permitió recolectar información directa de las personas que son objeto de estudio. Ambos entablan una conversación, basado en diferentes preguntas pre elaboradas. Para Arias:

Esta es una técnica para recolectar información aplicada desde el enfoque cualitativo, se fundamenta en obtener información referida a opiniones, ideas, valoraciones, etc. En esta técnica el entrevistado debe exponer sentimientos, deseos, molestias, disgustos, emociones, de acuerdo al problema planteado. En el transcurso de la entrevista, los participantes (entrevistador y entrevistado), pueden ampliar o modificar el proceso de la entrevista, lo que va a depender de las preguntas y las respuestas que se obtengan; mediante la entrevista también pueden formularse posibles soluciones al problema de la investigación. (2020, p. 117)

En el presente caso se aplicó la entrevista a las siguientes personas:

- Director o encargado de Radio Universitaria.
- Personal que trabaja en radio universitaria (Periodistas, auxiliares)

Por lo tanto, se pretendió obtener la siguiente información:

- Qué tipo de información deportiva se emite en la radio emisora.
- La existencia o no de un programa deportivo.
- En que espacios de la programación se emite información deportiva.
- La necesidad de un programa deportivo en Radio Universitaria.

En este entendido, se utilizó una guía de entrevista como instrumento de recolección de información. (**Ver Anexo 2**), aplicando cuatro preguntas básicas, que permitieron realizar otras preguntas a medida que avanzó la entrevista, por lo tanto, es de carácter semiestructurada.

### **2.2.3. Revisión documental**

La revisión documental es una técnica de recolección de información, basada en textos escritos formales, es decir, emanadas por autoridad competente, puesto que su validez se encuentra sustentada en el reconocimiento institucional de cualquier tipo de documento. De acuerdo a este criterio, Valles considera que:

El uso de información disponible (cualquiera sea su carácter documental: numérico o no numérico, elaborado o en bruto) constituye un paso obligado en la investigación social en general...De hecho, la expresión más característica de esta opción metodológica se encuentra en los trabajos basados en documentos recogidos en archivos (oficiales o privados); documentos de todo tipo. (1999, p. 110)

Totalmente de acuerdo con la apreciación que hace este autor sobre este tipo de técnica. Consecuentemente, se adecuó a las necesidades de este trabajo de grado. En este entendido se revisó la siguiente documentación:

- Programación de Radio Universitaria.

Como consecuencia se pretendió obtener la siguiente información:

- Existencia o no de un programa deportivo de producción propia.
- Horarios disponibles para implementar un programa deportivo.

Asimismo, para la recolección de información, se utilizó como instrumento la ficha documental (**Ver Anexo 3**), asimismo, se utilizó la fotografía para obtener una réplica de los documentos en imagen.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO REFERENCIAL**

El marco referencial agrupa diferentes contenidos relacionados con el objeto de estudio, es decir, con la radio universitaria y la programación relacionada con el ámbito deportivo, para lo cual desarrolla: antecedentes teóricos, marco normativo, marco teórico y marco conceptual.

#### **3.1. Antecedentes teóricos sobre la radio deportiva**

Es de relevancia mencionar a Villacrés (2017) respecto a su tesis, denominado "Facebook Live y su aplicación en los programas deportivos de las radios de la ciudad de Ambato", la misma se sitúa en un contexto donde la convergencia de los medios tradicionales y las plataformas digitales redefinen la forma en que se producen y consumen contenidos deportivos. Este análisis se adentra en la transformación del significado de los programas deportivos de radio a través de la implementación de Facebook Live.

La adopción de Facebook Live como medio de transmisión de programas deportivos presenta un cambio en la dinámica comunicativa. Desde un punto de vista hermenéutico, esta transformación no solo es tecnológica, sino que también impacta en la relación entre los oyentes y los contenidos. La interacción en tiempo real habilitada por la plataforma redefine la pasividad tradicional de la audiencia, transformándola en participantes activos y generadores de contenido. Esto refleja una nueva interpretación de la relación radio-audiencia, donde la audiencia no solo escucha, sino que también comenta, comparte y contribuye.

Sin embargo, esta transformación también plantea desafíos. La crítica se centra en cómo se maneja la autenticidad y la calidad en las transmisiones en vivo. La intimidad de Facebook Live puede llevar a una disminución en la calidad de producción, lo que podría afectar la reputación y credibilidad de los programas deportivos y las radios en general. Además, el riesgo

de comentarios inapropiados o abusivos en tiempo real requiere una moderación efectiva para mantener un entorno respetuoso.

En términos de contenido, la crítica se dirige a cómo los programas deportivos adaptan su formato a la plataforma. La duración, el estilo narrativo y la estructura de los programas podrían verse afectados para encajar en la atención limitada de los usuarios en línea. Esto plantea interrogantes sobre si se está sacrificando la profundidad y el análisis en aras de la brevedad y la atracción visual.

Se estudió la aplicación de Facebook Live en programas deportivos de radio en Ambato revela una transformación significativa en la relación entre la radio y la audiencia, así como en la forma en que se produce y se consume. contenido deportivo. Aunque la interactividad y la inmediatez pueden enriquecer la experiencia del oyente, también plantean desafíos en términos de calidad, autenticidad y adaptación del contenido. La implementación exitosa dependerá de cómo se equilibren estos aspectos y cómo se reinterprete el papel de la radio en la era digital.

Por su arte, Lima, Quispe y Vega (2021) se enfocan en el fortalecimiento de la emisión de programas de la Nueva Radio Universitaria San Andrés durante la pandemia a través de herramientas digitales, revela una transformación significativa en la manera en que las instituciones educativas se enfrentan desafíos inesperados al utilizar la tecnología.

Desde una perspectiva hermenéutica, el uso de herramientas digitales para fortalecer la emisión de programas de la radio universitaria durante la pandemia no es simplemente una adaptación forzada a las circunstancias. Más bien, representa una evolución en la definición y función de la radio universitaria. La interpretación hermenéutica destaca que estas herramientas digitales no solo permiten la continuidad de la programación, sino que también expanden la audiencia potencial a nivel global, trascendiendo las limitaciones geográficas.

Desde un enfoque crítico, es necesario considerar los beneficios y desafíos de la utilización de estas herramientas digitales. En el lado positivo, el uso de plataformas como

Facebook, Instagram, WhatsApp y YouTube puede aumentar la visibilidad y la interacción con los oyentes, permitiendo una mayor participación en tiempo real. Además, la adopción de herramientas de videoconferencia como Zoom y Google Meet permite la colaboración remota y la creación de contenido en equipo.

Sin embargo, también surgen desafíos críticos. La sobrecarga de información en línea y la competencia con otros medios digitales pueden dificultar la retención de la audiencia. Además, la falta de acceso a Internet en algunas áreas podría excluir a ciertos segmentos de la población. La calidad de la producción también puede variar, lo que podría afectar la percepción de profesionalismo de la radio.

La implementación de estas herramientas digitales transforma la significación de la radio universitaria en un entorno digitalizado. De ser un medio tradicional de comunicación radial, se convierte en una plataforma multimedia interconectada y participativa. La radio no solo transmite información, sino que también involucra a la audiencia en conversaciones en tiempo real, estableciendo una relación más directa y colaborativa.

Asimismo, Anzoátegui, Villalba y Guzmán () La investigación, se centra en el espacio "Entretiempo" para la formación en periodismo deportivo de los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, implica una exploración profunda de su transformación y significado en el contexto de la educación en comunicación y el periodismo deportivo.

"Entretiempo" representa más que un simple espacio de entretenimiento deportivo en la programación universitaria. Se convierte en una plataforma para la formación integral de los estudiantes de Comunicación Social, donde la experiencia práctica se combina con la teoría. revela que este espacio no solo busca informar y entretener, sino también educar a través de la participación activa de los estudiantes. La interpretación revela que la transformación va más allá de la producción de contenido y se convierte en un proceso de aprendizaje y aplicación de habilidades periodísticas.

Desde una perspectiva crítica, es esencial analizar los desafíos y las oportunidades que enfrenta "Entretiempo" como espacio de formación en periodismo deportivo. En términos positivos, este espacio ofrece a los estudiantes la oportunidad de adquirir experiencia práctica en un campo específico de la comunicación. También puede servir como un escaparate para exhibir sus habilidades y contribuir al desarrollo de un portafolio profesional. Además, la colaboración con profesionales del periodismo deportivo podría enriquecer la experiencia de aprendizaje.

Sin embargo, existen desafíos críticos. La combinación equilibrada entre entretenimiento y formación podría resultar complicada. Además, garantizar la calidad y la relevancia de la información deportiva en "Entretiempo" es fundamental para su credibilidad y utilidad educativa. La disponibilidad de recursos y la supervisión académica también pueden influir en el éxito del espacio como herramienta educativa. "Entretiempo" se transforma en un espacio educativo que va más allá del entretenimiento superficial. La función tradicional de "descanso" durante los eventos deportivos se convierte en una oportunidad para el aprendizaje y la formación. La educación en periodismo deportivo cobra vida a través de la práctica y la aplicación real en un entorno seguro y dirigido. La transformación radica en el cambio de percepción de "Entretiempo" como un simple intervalo a una plataforma educativa activa.

### **3.2. Marco normativo**

Los aspectos normativos del presente Proyecto de Grado acomodan su atención a dos aspectos de la vida legal de los bolivianos: primero, el Derecho Constitucional; segundo, Derecho internacional. Ambos, fundamental, desde el punto de vista jurídico, el derecho que tienen las personas a ser informadas en todos matices del que hacer del ser humano.

#### ***3.2.1. Derecho constitucional a la información de calidad***

La normativa nacional, tiene como norma suprema a la Constitución Política del Estado, cuerpo legal que engloba a todos los aspectos de la vida de los bolivianos y bolivianas. En este entendido, es ella la que regula, de manera general, los derechos comunicacionales e

informativos personales e institucionales. Es así que el Estado Plurinacional de Bolivia (EPB), mediante la norma constitucional, en su Artículo 21, numeral 6, garantiza a los ciudadanos “A acceder a la información, interpretarla, analizarla y comunicarla libremente, de manera individual o colectiva.” (p. 17). Un aspecto fundamental, de este mandato, es el derecho al acceso a la información, esto implica todos los ámbitos y contextos en el que se desarrollan las personas, incluyendo el ámbito deportivo.

Es así que el mismo cuerpo jurídico, en su artículo 106, párrafo I, establece que “El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información.” (EPB, 2009, p. 40). Comunicativamente, permite a las audiencias de los medios masivos de comunicación, en este caso las radioemisoras, puedan interactuar con el medio y sus emisores, de esta manera ser parte activa de la programación. Informativamente, garantiza que las audiencias estén actualizadas en los diferentes hechos noticiosos.

Por su parte, el párrafo III, del mismo artículo, indica que “El Estado garantiza a las trabajadoras y los trabajadores de la prensa, la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información.” (EPB, 2009, p. 40). Por lo tanto, incentiva a la creación de programas con contenido informativo de calidad, que beneficie a la comunidad, tal el caso de la información deportiva especializada.

### ***3.2.2. La información en el derecho internacional***

El Derecho Internacional, en diferentes normas jurídicas, toma en cuenta aspectos relacionados con el derecho a la comunicación e información. En este sentido, la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OACNUDH), en su compendio titulado “Los principales tratados internacionales de derechos humanos”, en el artículo 19 de la Declaración de Derechos Humanos, expone que:

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. (2016, p. 5)

Hay que remarcar que la libre expresión no es exclusiva para los miembros de los medios de comunicación, sino para todos los ciudadanos, sin embargo, los medios masivos de comunicación hacen uso más recurrentemente de este derecho, contrarrestando cualquier tipo de censura. Esto permite a los trabajadores de la información elaborar cualquier tipo de contenido, en el presente caso en el ámbito del periodismo deportivo, cubriendo una necesidad informativa.

Sucedáneamente, complementando la norma internacional anterior, en el mismo documento de la OACNUDH, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos en su Artículo 19, numeral 2, norma que:

Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección. (2016, p. 32)

Desde el punto de vista periodístico, la cobertura de la información no debe tener ningún tipo de restricción o censura, puesto que cumple la misión de difundir la verdad de diferentes hechos o situaciones de todos los contextos de la vida social, accionar concordante con el derecho que le es concedido a buscar, recibir y difundir información.

### **3.3. Marco teórico**

El marco teórico, que se desarrolla a continuación, permite conocer los conceptos básicos necesarios para el entendimiento de la ejecución de la propuesta de implementación de un programa deportivo en la Radio Universitaria 97.9 FM, en la gestión 2023.

#### ***3.3.1. Bases teóricas del funcionalismo comunicativo***

El presente trabajo de grado se vincula a la corriente comunicativa funcionalista en el entendido de que se enfoca en la función informativa de los medios masivos de comunicación, específicamente en la radioemisora.

Una de las primeras aplicaciones de esta perspectiva en la comunicación la dio Laswell en 1948 en aquel artículo celebre donde proponía el modelo de ¿Quién, dice que, en que canal, a quién y con qué efecto?

En dicha obra, el influyente sociólogo norteamericano proponía estudiar la comunicación de masas desde dos marcos de referencia: su estructura y sus funciones. Sobre estas últimas, Laswell señalaba tres:

1. La supervisión del entorno.
2. La correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno.
3. la transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente.

Unos años más tarde, en 1954, Charles R. Wright (1986) agregaba un cuarta función:

4. El entretenimiento. (Lozano, 1996, p. 45)

En otras palabras, los medios de comunicación de masas tienen diferentes funciones establecidas: informar e interpretación sobre el entorno (noticia e interpretación), educar (transmisión de herencia social), entretener; aspectos mejor explicados en la siguiente tabla:

**Tabla 1**

*Funciones de comunicación de masas*

Supervisión del entorno	Función de recopilar y distribuir información respecto al entorno, tanto dentro como fuera de cualquier sociedad particular. Corresponde aproximadamente a la circulación de noticias.
Correlación (interpretación)	Interpretación de la información sobre el entorno y cómo reaccionar ante los acontecimientos (editoriales, propaganda).
Transmisión de cultura	Actividades destinadas a comunicar el acopio de las normas sociales de un grupo, información valora, etcétera, de una generación a otra de los miembros de un grupo a los que se incorporan al mismo (secciones culturales, documentales históricos y artísticos, etcétera).
Entretenimiento	Actividad destinada primordialmente a distraer a la gente, independientemente de los efectos instrumentales que pueda tener

Nota: Las cuatro funciones de comunicación de masas según Laswell y Wright. (Lozano, 1996, p. 46)

De todo este contexto funcional son dos los que se adecuan al presente proyecto de grado, es decir, la supervisión del entorno que se traduce en la transmisión de información, plasmado en noticias, reportajes, entrevistas y crónicas deportivas; y, la correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno, puesto que determinados contenidos

merecen una interpretación a partir de criterios personales y profesionales de los periodistas deportivos, traducidos en comentarios, análisis, reflexiones, debates, entre otros.

### **3.3.2. Comunicación**

La comunicación, en su concepto más simple es considerada como la facultad que tiene el ser vivo de transmitir a otro u otros, informaciones, sentimientos y vivencias de toda índole, en el presente caso referidos al ámbito deportivo; de modo concreto se puede manifestar que la comunicación es la transferencia de mensajes de un emisor a un receptor, por lo que se precisa de dos o más interlocutores que dinamicen la interacción mediante el uso de diferentes lenguajes que le son comunes a ambos.

Por otro lado, el desarrollo del mismo en las sociedades y en especial con el avance tecnológico, se aplicaron las funciones de los medios de los medios de comunicación convirtiéndolos en eje de la vida globalizada. De esta forma, expertos en el tema y los mismos profesionales en comunicación deportiva han definido que tiene diversas funciones con algunos matices entre estas podemos mencionar; Informar, entretener, educar y persuadir, orientar y formar opinión. En el presente trabajo se profundizará la función de informar debido a que el producto comunicacional es un programa deportivo en la Radio Universitaria.

**3.3.2.1. Comunicación mediática.** La comunicación mediática desempeña un papel esencial en la forma en que las sociedades se relacionan con su pasado y su presente. En este sentido, es importante considerarla como una forma de mediación, una estructura de acogida que posibilita a los individuos y colectividades establecer conexiones creativas con la historia y el tiempo actual.

La comunicación mediática es entendida aquí como una forma de mediación, es decir, como una estructura de acogida fundamental, si utilizamos la terminología de para el antropólogo existen cuatro instancias o ‘elementos relacionales’ que permiten a los individuos y a las colectividades el establecimiento de unas vinculaciones creativas con el pasado y que le permiten relacionarse con el presente. Estas estructuras “acogen al ser humano y le permiten que sea capaz de empalabrarse él mismo y también de empalabrar constituir la realidad” Precisamente, gracias a estas correlaciones o mediaciones los

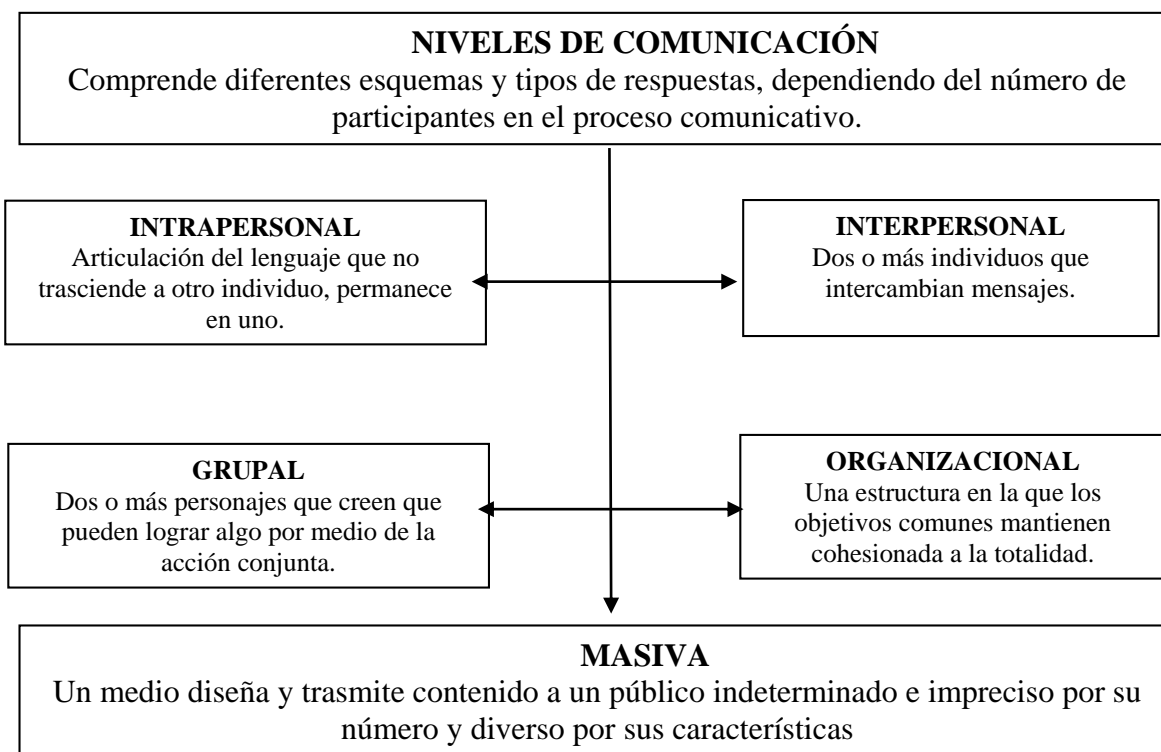
individuos y los grupos son capaces de socializar e identificarse para sí y para los otros. (Morales,2016, p.3)

Es decir, se erige como un puente vital entre el pasado y el presente, dotando a los seres humanos de la capacidad de darse voz a sí mismos y de moldear su percepción de la realidad circundante. Al analizarla desde la óptica de la mediación y considerando los elementos relacionales propuestos por la antropología, se desvela su potencial para fomentar la socialización y la identidad tanto a nivel personal como colectivo.

**3.3.2.2. Modelos de comunicación masivos.** Los procesos comunicativos mediáticos se basan en diferentes modelos de comunicación, páralo cual es necesario identificar los diferentes niveles de interacción personal y social.

**Figura 1**

*Niveles de comunicación.*



Fuente: Santos, 2012, p. 9

Según la clasificación que realiza Santos existen cinco niveles de comunicación: dos personales y tres que requieren muchos más participantes. Es así que la comunicación mediática se adecúa a tres niveles: interpersonal, grupal y masivo. Todos ellos implican una dinámica interactiva.

El nivel interpersonal, en la producción radial, se manifiesta en el intercambio de criterios entre el locutor y un radio escucha, mediante un diálogo abierto, o ente el periodista y un entrevistado en la cobertura noticiosa; el nivel grupal, consiste cuando uno o más locutores comparten opiniones con invitados o diferentes oyentes; el nivel masivo, cuando se emite la información para toda la audiencia, y ésta escucha el contenido al mismo tiempo. Por consiguiente, estos niveles son propicios para fundamentar comunicativamente un programa de radio de índole deportivo, puesto que cumple con los requisitos de apertura de los micrófonos a las fuentes y a los radioescuchas.

En este entendido, es importante determinar el modelo comunicativo más idóneo para un programa deportivo en radiodifusión, tomando en cuenta que los procesos comunicativos se deben adecuar a un modelo o determinados modelos que cuenten con las siguientes características:

- 1) Mostrar los componentes de una estructura o proceso, así como la relación entre dichos elementos.
- 2) Mostrar una visión panorámica sobre algún aspecto distinto de un fenómeno en particular.
- 3) Ayudar a entender información que, de otro modo, podía parecer compleja.
- 4) Guiar al estudioso los puntos más importantes de un sistema.
- 5) Predecir con éxito el curso de ciertos eventos. (Santos, 2012, p. 39)

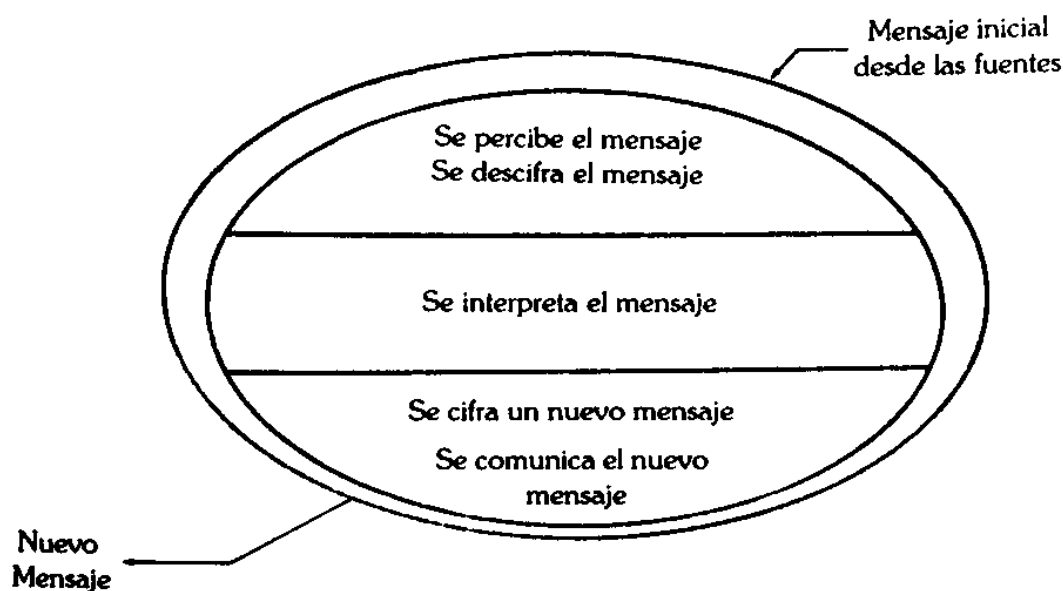
Por lo tanto, expone de manera gráfica un proceso comunicativo, puesto que toma en cuenta sus componentes fundamentales, con el fin exponer una determinada dinámica interactiva que guíe el procedimiento en un determinado programa de radio. Basado en esta información se puede afirmar que el modelo comunicativo más adecuado para la implementación de un programa radial es el que propone Gallardo.

**Figura 2**

*Procesamiento del mensaje en el comunicador o en el receptor.*

**Cuadro Número 4.11**

**Schram: Procesamiento del mensaje en el comunicador o en el receptor**



Fuente: Gallardo, 2002, p. 135

### **3.3.3. La radio como medio masivo**

La radio, reconocida igualmente como radiocomunicación, representa una innovadora tecnología para el intercambio de información a larga distancia mediante la emisión de ondas electromagnéticas, portadoras de señales de audio que pueden ser captadas a través de un dispositivo receptor, esta modalidad de comunicación que marcó un hito al ser la primera en permitir la transmisión de sonidos, como música y la voz humana, de larga distancias.

La radio, también, conocida como radiodifusión, es una tecnología de comunicación a distancia a través de la emisión de ondas electromagnéticas que transportan señales de audio, recuperables mediante un aparato receptor, conocido como radiorreceptor o simplemente radio. Las ondas que utiliza se denominan hertzianas. La radio fue la primera tecnología que permitió transmitir sonidos como música o la voz humana a lo largo de grandes distancias. (Editorialece, 2023, p.1)

La radio, al ser pionera en el transporte de la música y la voz, ha establecido una sólida plataforma para futuros avances, demostrando su influencia duradera en la manera en que las sociedades se conectan y comparten información a nivel global.

**3.3.3.1. Influencias de las radios emisoras en la sociedad.** La evolución de las emisoras de radio ha sido testigo de una transformación notable en la forma en que los locutores se comunican con su audiencia. Sin embargo, es de relevancia dar a conocer respecto a las influencias con el paso de los años de las emisoras en la sociedad.

Antes los locutores se comunicaban a través de telegramas, telepronter, fax y el bíper, que en ese tiempo estaba entre lo más novedoso. “La gente llegaba a la radio a dejar sus cartas o telegramas para pedir música, o también llegaban para contar algún problema y que el locutor les ayudara”, afirma Samuel Monzón, locutor actualmente de Clásica 106.5 y Fama 102.5. Si era por fax había uno central en la estación. Luego son conformes los años que aparece la posibilidad para los oyentes de realizar llamadas a cabina y tener el sistema de mensajes de texto desde su celular. Cuando inicia el uso del Internet es cuando cambia la interacción entre locutor y oyente porque con la aparición de nuevas tecnologías como el Internet, la computadora y las redes sociales la comunicación se vuelve más inmediata, el 30 emisor puede intercambiar ideas e información con la audiencia y el locutor puede tener más herramientas para informar, educar y entretener. (Rodríguez,2016, p.29).

En retrospectiva, la evolución de las emisoras de radio ha sido un viaje fascinante desde los telegramas y fax hasta la inmediatez de Internet y las redes sociales. Los cambios tecnológicos han transformado la interacción entre los locutores y su audiencia de maneras sorprendentes. Con el advenimiento de estas nuevas herramientas, la radio ha logrado informar, educar y entretener de manera más efectiva, reafirmando su relevancia en la era digital, la continua evolución de la radio refleja cómo la tecnología sigue moldeando la manera en que nos comunicamos y conectamos en la sociedad actual.

**3.3.3.2. La aparición de la radio universitaria.** En el transcurso de tan solo un siglo, la radio universitaria emergió como una entidad distintiva en el continente americano, presentando un modelo diferenciado en comparación con su contraparte comercial.

Con apenas cien años de vida, la radio universitaria nace en el continente americano con un modelo diferenciado de su homóloga comercial. Una función principalmente formativa, en el seno de las universidades, que abre todavía más el abanico del medio comunicativo a nuevas fronteras y formatos. La radio universitaria tiene su raíz, y gran desarrollo, en el continente americano. Fueron tres universidades, la de Detroit en el estado de Michigan, Pittsburg en Pensilvania y la universidad de Wisconsin, todas ellas situadas en el norte de Estados Unidos, las que comenzaron en 1917 de forma experimental y a emitir en pruebas. En 1921, se otorgó la primera licencia oficial a una radio universitaria, Últimos Santos en Salt Lake City, del estado de Utah. Posteriormente, el despliegue de concesiones fue rápido, ya que solo quince años después habría más de doscientas licencias adjudicadas en esta parte norteamericana y a finales del siglo XX superarían las mil doscientas Novelli y Hernando citado en Hernaiz (2011, p.18).

La historia de la radio universitaria es un testimonio vívido de la rápida evolución de los medios de comunicación en el siglo XX. Originada en tres universidades pioneras en Estados Unidos en 1917, su propósito formativo y su enfoque enriquecedor para la comunidad universitaria allanaron el camino para un despliegue considerable de concesiones.

Las emisoras universitarias ocupan un lugar de destacada importancia al contribuir de manera significativa a la transformación de las instituciones académicas en entidades más comprometidas socialmente y orientadas hacia objetivos más abarcadores que sus funciones primordiales. En las líneas que siguen, se indagará en los conceptos que guían la dirección de estas estaciones radiofónicas en el ámbito universitario.

Las emisoras universitarias adquieren un papel destacado en la búsqueda de una Universidad más social, preocupada por algo más que por sus vitales funciones genuinas. En este sentido, las próximas líneas se adentran en los conceptos que marcan los designios de las estaciones radiofónicas universitarias y que, por tanto, forman parte de su ADN. Si hubiera que definir con conceptos la realidad de la radiodifusión universitaria, cabría utilizar sin duda los términos heterogéneo y alternativo. (Martin, 2019, p.4)

La radiodifusión universitaria, en su autenticidad, encuentra una descripción precisa en los términos heterogeneidad y alternatividad, subrayando así su capacidad de representar una amplia diversidad de voces y perspectivas, y de ofrecer alternativas a las narrativas tradicionales.

**3.3.3.3. Radio Universitaria 97.9 FM.** Radio Universitaria 97.9 FM es la voz oficial de la UAP, es un medio auditivo que difunde, promueve y divulga cultura, ciencia, tecnología y entretenimiento a nivel nacional e internacional. Busca constituirse en el medio radiofónico más importante de región en el ámbito educativo, informativo y de entretenimiento, alentando siempre la vinculación con los diversos receptores de la sociedad, con el fin de fortalecer la identidad, el sentido de pertenencia, el orgullo y valores universitarios.

Las Radio Universitaria pandina, aunque tiene sus características peculiares, no es diferente a las radios que pertenecen al sistema universitario boliviano, en este sentido:

Su misión está determinada por el encargo social, que coadyuve a solucionar problemas de la sociedad, a través del conocimiento, para lo cual se precisa del soporte de la comunicación, y en especial, de los medios universitarios que dispone la universidad. La radio universitaria es una de ellas, un modelo diferenciado de hacer radio, debido a sus propias peculiaridades: el contexto específico de actuación, los agentes que participan en él, las temáticas especialidades que se programan, el perfil de la audiencia y la transferencia del conocimiento a la sociedad que permiten estos canales mediante la divulgación de la ciencia y de los descubrimientos y hallazgos que se producen en las propias universidades, como cunas del saber y de la experimentación científica. (Aruquipa, 2020, p. 12)

Es necesario aclarar que la misión expuesta no pertenece a Radio Universitaria de la Universidad Amazónica de Pando, puesto que ésta no cuenta con una misión y visión expresa, según afirma la Directora de este medio comunicativo, Lic. Fabiana Justiniano Hassen, sin embargo, se puede decir que se adecua al propósito que tiene esta emisora, puesto que difunde cultura, ciencia, investigación en beneficio de la comunidad universitaria y de la sociedad, en una constante búsqueda de la más alta calidad y excelencia en radiodifusión, y así seguir siendo un referente de comunicación radial en Pando y en Bolivia.

**3.3.3.4. Radio Universitaria Deportiva.** La radio universitaria deportiva constituye una modalidad comunicativa que fusiona los ámbitos del deporte y la educación superior, ofreciendo un enfoque único para la difusión y el análisis de eventos deportivos desde una perspectiva académica. En este marco teórico, se explorarán las características clave de la radio universitaria

deportiva, su relevancia en la esfera universitaria y el papel que desempeña en la promoción del deporte y la cultura deportiva.

La radio universitaria deportiva se caracteriza por su compromiso con la cobertura y el análisis de eventos deportivos, así como su capacidad para brindar contextos educativos y críticos. Según Martínez y Gómez (2018), esta modalidad radiofónica se basa en el principio de integrar la pasión por el deporte con la rigurosidad académica, ofreciendo a los oyentes una visión completa y profunda de los acontecimientos deportivos. Asimismo, Rodríguez (2016) señala que la radio universitaria deportiva fomenta la participación activa de la comunidad universitaria al involucrar a estudiantes, profesores y personal en la producción y difusión de contenidos relacionados con el deporte. En el ámbito universitario, la radio deportiva desempeña un papel esencial en la promoción de la cultura deportiva y en la formación integral de los estudiantes.

**3.3.3.5. Radio y la producción informativa deportiva mediata e inmediata.** La producción informativa deportiva inmediata se caracteriza por su transmisión en tiempo real, a menudo durante la realización de eventos deportivos. Según Martínez (2019), “este formato implica la capacidad de reacción rápida por parte de los profesionales de la radio, quienes deben captar, sintetizar y transmitir la información de manera ágil y precisa. Este enfoque inmediato permite a la audiencia estar al tanto de los eventos deportivos en tiempo real, creando una experiencia de inmersión y participación activa”. La producción informativa deportiva inmediata trasciende la barrera entre el evento y la audiencia, fomentando una conexión emocional y una participación activa en el emocionante mundo del deporte en vivo.

### ***3.3.4. Programas deportivos***

Los programas deportivos en los medios de comunicación han desempeñado un papel fundamental en la difusión, análisis y entretenimiento relacionados con el mundo del deporte. Estos programas, presentes en diferentes formatos y plataformas, que conectan a la audiencia con los eventos deportivos y generan espacios de debate y reflexión sobre ámbito deportivo. Según Rodríguez "Los programas deportivos representan una ventana a la actualidad deportiva, ofreciendo información en tiempo real y análisis profundo que satisface la demanda de los

aficionados por una cobertura detallada y enriquecedora de los eventos deportivos". (2020, p. 15) Los programas deportivos no solo informan sobre resultados, sino que también contextualizan y profundizan en los aspectos detrás de los eventos, proporcionando a la audiencia una comprensión más completa.

**3.3.4.1. Tipos de programas deportivos.** Existen diferentes tipos de programas deportivos, tal cual se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 2**

*Tipos de programas deportivos*

<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>
Programas de Análisis Deportivo	Estos programas se centran en el análisis detallado de eventos deportivos, estrategias de juego, tácticas y rendimiento de los equipos y atletas. Incluyen discusiones y debates entre expertos y comentaristas
Transmisiones en Vivo	Los programas de transmisión en vivo presentan eventos deportivos en tiempo real, brindando a la audiencia la oportunidad de ver y escuchar partidos, competencias y torneos en directo.
Programas de Resúmenes y Destacados	Estos programas ofrecen resúmenes y repeticiones de eventos deportivos anteriores, incluyendo momentos destacados, jugadas clave y momentos emocionantes.
Entrevistas con Atletas y Personalidades Deportivas	Los programas de entrevistas permiten a la audiencia conocer más de cerca a los atletas, entrenadores y otras figuras destacadas del mundo del deporte.
Programas de Debate Deportivo	En estos programas, un panel de expertos y comentaristas debaten sobre temas y controversias deportivas actuales, ofreciendo diferentes perspectivas y opiniones.
Programas Documentales Deportivos	Los programas documentales exploran historias y perfiles de atletas, equipos, momentos históricos y eventos deportivos, brindando un enfoque más profundo y contextual

Nota: Elaboración propia, basado en Smith, 2020, p. 30.

Seis tipos de programas, cada uno de ellos con sus especificaciones y características particulares que ratifican la visión funcionalista de la radioemisión en su aspecto informativo, resaltando los géneros y formatos correspondientes a la generación de noticias y posterior opinión.

**3.3.4.2. Características de los programas deportivos.** Estos programas y la difusión inmediata de eventos deportivos hasta la generación de análisis profundos y debates interactivos. Esta diversidad se manifiesta en la narrativa emocional que trasciende los aspectos técnicos y tácticos del deporte para revelar las historias humanas que laten en los atletas y equipos.

La naturaleza diversa de los programas deportivos se manifiesta a través de su capacidad para transmitir información actualizada de eventos deportivos, ofrecer análisis profundos, e involucrar a la audiencia en debates y discusiones interactivas. Estos programas tienden a ser narrativos y emocionales, presentando no solo los aspectos técnicos y tácticos de los deportes, sino también las historias humanas detrás de los atletas y equipos. La flexibilidad para adaptarse a diferentes plataformas y formatos, junto con su habilidad para crear una experiencia compartida con la audiencia, son características esenciales que definen la esencia de los programas deportivos en los medios de comunicación (González, 2022, p. 58).

La narrativa y emoción que subyacen a estos programas son las herramientas que trascienden los aspectos puramente deportivos, tejiendo una conexión entre los aficionados y los protagonistas del deporte. Al manifestar la flexibilidad para adaptarse a plataformas y formatos variados, los programas deportivos.

### ***3.3.5. Producción de radio***

La producción es el fundamento de la programación, puesto que el concepto de producción en radio se ha relacionado, habitualmente, con técnicas de creación y realización, que subraya la importancia de la técnica para obtener un resultado satisfactorio.

Por producción radiofónica se entiende: al proceso creativo que implica la aplicación de técnicas, hábitos informativos y destrezas cuyo ámbito de trabajo se centra en la realización de programas, grabados o en directo; la realización técnica de elementos de identificación o continuidad; o en la elaboración de un producto radiofónico, ya sea de naturaleza informativa o de creación; y que tiene como objetivo la difusión para la consecución de la programación. (Ramírez, 2002)

En este sentido, la calidad del producto final depende directamente de la ingeniería y los niveles operacionales. Aunque las ideas sean muy buenas y la dirección y realización sean

brillantes y se haga una esmerada presentación, todo se irá a pique si la técnica operacional es deficiente.

Jaime Solares define a la producción como "la fase en que el producto se va a materializar, los técnicos y locutores se dirigen al estudio para realizar la emisión o la grabación del producto". (Rodero, 2005). Concordante con este criterio se podría afirmar que la producción es el conjunto de técnicas y métodos que permiten desarrollar las diversas estructuras programáticas. Comprenden la acción, el modo y efecto de realizar un programa mediante la utilización de recursos que destinan a todo un proceso creativo para llevar a la escena una obra radiofónica.

**3.3.5.1. Guion Técnico de Radio.** Por otro lado, también el diseño de un programa de radio no puede plantearse como un hecho aislado, en realidad, cualquier espacio radiofónico es el resultado de una serie de factores o complejos que determinan y condicionan un estilo o género, entre ellos cabe mencionar los objetos de programación y el estilo de la emisora, que partir de estos datos la idea del programa se materializa en el esquema o plantilla y en el posterior diseño de espacio. Las fases de producción y realización marcarán el punto final de una creación radiofónica.

Un guion de radio es un texto donde se colocan las pautas o acotaciones que se seguirán durante la emisión de un programa radial, este guion es una herramienta que permite planificar lo que tendrá el programa, teniendo en cuenta varios elementos como los cortes publicitarios, los sonidos, las notas etc.

De acuerdo a Solares (2001) el objetivo de los guiones de radio es facilitar el desarrollo del programa de radio sirviendo de guía a los locutores o presentadores quienes abordarán la temática planteada". De esta manera los oyentes pueden recibir de forma eficiente la información que los comunicadores desean transmitir.

Según Camper, citado por Kaplún, el guion es: "... un esquema detallado y preciso de la emisión, que comprende el texto hablado, la música que va a influir y los efectos sonoros que se insertaran, e indican el momento preciso en que se debe escuchar cada cosa" (1990, p. 201). Es así que el guion es de mucha importancia, como menciona el autor es una guía para su desarrollo, la estructura de este debe seguir pautas generales que acoplen las necesidades del programa de radio. Además, es la pieza fundamental para que los locutores y técnicos de sonido entiendan y sepan que es lo que se va a realizar.

**3.3.5.2. Escaleta.** En el proceso de la escaleta emerge como una herramienta crucial para desentrañar la estructura de la narrativa. Este análisis se propone explorar los diversos tipos de escaletas que se emplean. Se presenta una disposición cronológica de las secuencias que sería esencial para proporcionar una comprensión.

La escaleta de un guion nos ayuda a ver rápidamente la estructura de la historia. Vamos a ver qué tipos de escaletas hay, y algunos ejemplos. Una escaleta es una lista de las escenas o secuencias de una historia. Es decir, es como el índice de la película. En inglés se llama *step outline*, cuya traducción literal sería algo así como «esquema de pasos». Aunque la escaleta existe también en radio y televisión, en cine es muy distinta. En radio y televisión se usa para saber exactamente cuáles son los bloques del programa, y cuándo viene la publicidad. (Aprende cines s/f).

En resumen, la escaleta se posiciona como una brújula esencial en la creación de guiones cinematográficos, proporcionando una estructura visual y conceptual que guía a los narradores a través de la trama. Su presencia en la cinematografía, aunque compartida con la radio y la televisión, adopta formas diversas para adecuarse a las características específicas de cada uno.

## **3.4. Marco conceptual**

### **3.4.1. Radio**

La radio es un medio de comunicación masiva que se relaciona con su audiencia mediante ondas sonoras. Según Ladino:

...la radiodifusión hace referencia a la transmisión del sonido a través del espacio, mediante las ondas electromagnéticas u ondas hertzianas. Según la experta en radio Emma Rodero Antón, dicho proceso necesita de cuatro elementos fundamentales para que pueda llevarse a cabo:

- Modulación: acción por la cual se modifica o amplía una señal eléctrica con la información codificada, para que se pueda transmitir el sonido.
- Transmisión: cuando las señales eléctricas moduladas pasan por la antena o aparato transmisor y viajan en el espacio hasta llegar a un aparato receptor.
- Demodulación: antes de que el sonido llegue al aparato receptor o radio, las señales codificadas deben volver a su forma normal (voz y música), tal y como salieron de la emisora.
- Recepción: momento en el que las señales eléctricas se vuelven audibles y se emiten a través del aparato radial sintonizando una frecuencia específica. (2017, p. 43)

Es un proceso técnico que permite que el locutor pueda emitir un mensaje y, que el mismo, llegué a su destino, es decir, a un receptor.

### ***3.4.2. Emisión de radio***

El concepto de emisión ocupa un papel fundamental al definir el proceso mediante el cual las señales sonoras son propagadas sin la necesidad de cables o conexiones físicas.

Se deduce que una emisión es la señal que conforma la transmisión inalámbrica de sonidos o de imágenes y sonidos cuando esa señal está destinada a “su recepción por el público”. En consecuencia, el objeto de la protección son las señales y no el contenido que transmiten. (OMPI,2002, p.3).

La definición y comprensión de una emisión en el ámbito de la comunicación y la radiodifusión es esencial para la esencia de la transmisión mediática, Sin embargo, esta definición adquiere profundidad cuando se considera que estas señales se emiten con un propósito, llegar a un receptor público, esta conexión entre emisión y recepción subraya la naturaleza comunicativa de este proceso.

### ***3.4.3. Estudio***

Para la transmisión de mensajes, en una radio emisora, se necesita un estudio o espacio donde se producen los programas, llámese cabina o estudio. Para Camargo:

Es el sitio donde se Hace la producción y realización de los programas, ya sea en forma “viva”, directamente al micrófono, en “pregrabados”, en cinta magnética o en disco. En estos estudios el sonido tiene un tratamiento especial, con el cual se amplifica y se modula, se regula, se normaliza y se ecualiza (el término ecualizar se usa cuando, mediante un aparato ecualizador, se altera la respuesta del sonido, mejorando sus tonos: altos y bajos, para darle mayor presencia). (1980, p. 81)

Por lo tanto, se necesita de un espacio especial, en el cual se pueda trabajar sin ningún tipo de ruido externo que dificulte o entorpezca la transmisión de los contenidos de la programación.

#### **3.4.4. Locución**

La locución radial es un arte esencial en el mundo de la comunicación, una habilidad que fusiona la voz con la técnica para transmitir de manera efectiva mensajes a través del medio radial según Gómez citado en Quintana, Zambrano y Delgado “Define la locución radial como la manera de hablar profesionalmente, haciendo uso del medio radial y consiste en la puesta de varios elementos como: la articulación, dicción, fluidez, entonación, tono, timbre, vocalización, proyección de voz, pausas y disertación”. (2022, p.3) por tanto la locución radial no solo es el acto de hablar, sino la habilidad de crear una experiencia auditiva cautivadora y enriquecedora en el medio radiofónico.

#### **3.4.5. Consola**

Dentro del equipo técnico y tecnológico es necesario contar con una consola, que permita utilizar varios aparatos para la transmisión radial. También es conocido como:

Amplificador, regulador y mezclador del sonido; constituye el “corazón” de los estudios. A este, aparató llegan todos los demás equipos que reproducen sonido y, para ello, tiene varias entradas o canales por donde recibe micrófonos, tornamesas, grabado- ras, líneas telefónicas, etc. Las hay de varios tamaños y formas (Camargo, 1980, p. 81)

Lo importante es que permite la salida de la señal de manera adecuada, cumpliendo una función fundamental en la radiodifusión.

### **3.4.6. Deporte**

El deporte, en su esencia, trasciende más allá de la simple actividad física. Es un reflejo del esfuerzo humano por alcanzar metas sobresalientes y por perfeccionarse en todos los aspectos, conexión con la competencia, el logro y la utilidad en la forja del carácter humano.

El deporte, el esfuerzo del hombre por conseguir resultados destacables y por perfeccionarse a sí mismo, otro elemento sustancial del deporte es la capacidad para competir, el hombre como animal competidor y la necesidad del logro, que lleva a plantearse constantemente nuevas metas, la capacidad utilitaria del deporte de enseñar a quién lo practica a superar obstáculos en la vida, a forjar su carácter y fortalecer su personalidad. (Britapaz y Del Valle, 2015, p.3)

Se podría decir que, a través del deporte, las personas no solo entrenan sus cuerpos, sino también sus mentes y espíritus, que ayudan en sus caracteres, es una herramienta de autodescubrimiento y desarrollo humano.

### **3.4.7. Propuesta**

Las propuestas de investigación representan un pilar fundamental este análisis se adentrará en las múltiples dimensiones de las propuestas de investigación, examinando su relevancia, contenido y los desafíos que surgen en su redacción en un entorno académico en constante evolución.

Una propuesta de investigación es un documento formal y bien elaborado que ofrece una explicación exhaustiva de lo que se pretende investigar. Incluye una justificación de por qué merece la pena investigarlo, así como un método para hacerlo la redacción de propuestas de investigación en el entorno académico contemporáneo es una empresa difícil, dado el constante cambio en la metodología de investigación y el compromiso de incorporar los avances científicos. (Pamplona,2022, p.2).

Una propuesta que sostiene el proceso investigativo al comprender la importancia de justificar el estudio y al trazar un método sólido, las propuestas de investigación establecieron

los fundamentos para nuevos descubrimientos y conocimientos. Sin embargo, la redacción de estas propuestas en el entorno académico actual no está exenta de desafíos. El compromiso de mantenerse actualizado con las tendencias metodológicas y de expresar con claridad y precisión las ideas que constituyen elementos esenciales para la confección de propuestas efectivas.

#### ***3.4.8. Implementación***

Cada investigador enfrenta el desafío de conceptualizar la implementación según su perspectiva única, influenciada por la problemática que busca resolver y el marco teórico en el que se inserta.

la definición de implementación es casi imposible desarrollar una definición precisa de implementación pues los investigadores desarrollan las definiciones de acuerdo a sus perspectivas del problema a resolver esta problemática genera que se desarrollen definiciones para cada nuevo estudio y que se dificulte las investigaciones por falta de terminología uniforme. (Glaser, Abelson y Garrison citado en Rivera, 1995, p.4).

La búsqueda de uniformidad en la definición de implementación se convierte en un desafío constante, un recordatorio de que la complejidad de la investigación no solo reside en el estudio de los fenómenos, sino también en la forma en que los nombramos y definimos.

## **CAPÍTULO IV**

### **DIAGNÓSTICO**

La propuesta de implementación de un programa deportivo, en Radio Universitaria 97.9 FM, en la gestión 2023, requirió de un diagnóstico que contemple diferentes aspectos comunicativos, característicos de esta entidad pública. Además, consideró, como consecuencia de la investigación, la priorización de las necesidades que deben ser resueltas.

#### **4.1. Resultados del diagnóstico**

Los resultados del diagnóstico contemplaron los siguientes elementos: existencia o no de un programa deportivo, tipo de información deportiva se emite en la radio emisora, espacios de la programación en los que se emiten información deportiva y horarios disponibles para implementar un programa deportivo

##### **a) Existencia o no de un programa deportivo**

La consulta realizada a la Licenciada Fabiola Justiniano, Directora de Televisión Universitaria y responsable de Radio Universitaria, tuvo como resultado aspectos relevantes sobre la falta de producción de un programa deportivo en esta emisora radial.

El primer elemento sirve como antecedente, puesto que Justiniano se remite a cuestiones históricas del medio, cuando afirma lo siguiente: “Tengo entendido que en anteriores gestiones no había el programa deportivo en Radio Universitaria, supongo que tenía el carácter de ser una radio académica, entonces, supongo que por eso no había este programa deportivo.” (Comunicación personal, 13 de septiembre de 2023). Hay que puntualizar, el carácter académico de este medio de comunicación no le limita producir programas relacionados con otros contextos de la realidad social, puesto que la Universidad debe ser el reflejo de la

comunidad y de sus intereses, mucho más si se trata de cuestiones comunicativas, satisfaciendo la necesidad de información para todos los sectores de la audiencia, entre ellos los que les interesa el acontecer deportivo. Sin embargo, con mayor certeza, la periodista Gabriela Díaz relata que:

Bueno el 2015, si se contaba con un programa deportivo, no; porque se contaba con bastante personal en lo que es radio universitaria, no; porque tenía varios programas entonces, entre uno de ellos tenía, específicamente un periodista deportivo (...) actualmente, la Radio Universitaria no cuenta, por el mismo hecho de que no tiene periodista deportivo para radio, no; entonces por ese motivo yo creo que no cuenta con un programa, sólo, digamos, de Radio Universitaria, no; porque se cuelga del canal universitario (Comunicación personal, 15 de septiembre de 2023).

Esto significa que la emisora radial ya tiene experiencia con la producción de programas deportivos. Otro elemento que hay que tomar en cuenta es que el problema está relacionado con la especialización de los periodistas, de Radio Universitaria, en el ámbito deportivo. Aspecto que es corroborado por Justiniano cuando explica que:

Actualmente, sólo tenemos un profesional especializado, en Televisión Universitaria, en periodismo deportivo. Falta capacitación en los comunicadores sociales, que tenemos acá trabajando, no todos tiene esa especialidad ni siquiera la experiencia laboral ni empírica para poder hacer esta especialidad de periodismo deportivo. (Comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)

De esta manera se explica por qué Radio Universitaria no produce un programa deportivo aprovecha de la señal de Televisión Universitaria para llenar su espacio deportivo meridiano, y tiene que ver por la falta de periodistas especializados. Ante este panorama la recomendación que realiza Díaz es concreta.

Bueno yo creo que la importancia es que haya alguien específico, una persona bien encargada en el ámbito deportivo, que le da pues el toque mágico, no, a lo que sería Radio Universitaria. Entonces, sería muy bueno que haya alguien, como ya te había comentado el 2015 que netamente sea ámbito deportivo no que no se cuelgue de la señal del canal (Comunicación personal, 15 de septiembre de 2023).

Entonces, es necesario un especialista que se haga cargo de la producción del programa deportivo en Radio Universitaria, para darle una dinámica original y propia del medio.

Un segundo elemento está relacionado con la señal, tal cual lo declara la directora del medio: “En la presente gestión se ha priorizado trabajar en televisión con un programa deportivo debido al alcance de la señal (...) la Radio Universitaria su alcance es, no es tan amplio como de la televisión, entonces el público al que llega es reducido...”. (Fabiola Justiniano, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023). Sin embargo, este factor tampoco es limitante para producir un programa deportivo, puesto que la señal abarca a todo el municipio de Cobija, por lo que su alcance es suficiente para satisfacer las necesidades informativas de todos los habitantes de Cobija. Sin embargo, la programación de Radio Universitaria presenta un espacio en el que se difunde información deportiva (**Ver Anexo 6**). El mismo, se emite de lunes a viernes de 12:00 a 13:00, información que es corroborada por el proceso de observación (**Ver Anexo 1**) en el que se verifica, de manera específica, horario, género y formato en que se emite este programa deportivo.

Lo novedoso es que no es producido por el personal dependiente de la emisora radial, sino que emite, mediante conexión con el canal de Tv Universitaria, es decir, el programa se produce en el canal, con el formato de audiovisual, pero, se transmite en los dos medios simultáneamente. En este entendido, Radio Universitaria no cuenta con un programa deportivo de producción propio y con el formato adecuado para este tipo de medio comunicativo.

En consecuencia, existe la necesidad de un programa deportivo en Radio Universitaria tal cual lo afirma la directora del medio: “Debido a que se ha estado viendo las métricas de las redes sociales en Televisión Universitaria y, también, en la página de la Radio Universitaria, hemos evaluado y hemos visto que es de suma importancia implementar este programa, porque tiene bastante alcance, bastante audiencia, la gente tiene mucho interés en todo este tema deportivo.” (Fabiola Justiniano, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023). Entonces, se confirma que se debe priorizar la producción de un programa deportivo, puesto que no sólo es cuestión de ampliar y completar los contenidos informativos del medio, sino que se debe a requerimientos de la audiencia.

Es así que se entienden las modificaciones que se pretenden hacer, puesto que “Se tiene proyectado, para la siguiente gestión, la implementación de un programa deportivo donde se puedan abordar todos los temas, porque se ha visto y se ha medido el rating, en Televisión Universitaria los programas que mayor audiencia tienen están especialmente estos programas deportivos, así que se tiene considerado, para la siguiente gestión, implementar un programa radial.” (Fabiola Justiniano, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023). Se ha visto que los programas que se refieren a la actividad física captan la atención de diferentes estratos de la sociedad, obviamente, con la expectativa de elevar el rating de la emisora.

Por eso que, de esta manera, se pretende crear un espacio con contenido deportivo propio, que responda las políticas comunicacionales del medio, es decir, producido en la radio y para la radio, con una perspectiva propia de la realidad deportiva local, regional, nacional e internacional, imponiendo un estilo inconfundible, que caracterice la producción informativa y noticiosa deportiva de Radio Universitaria.

#### **b) Tipo de información deportiva que se emite en la radio emisora**

La información deportiva que se emite en Radio Universitaria, según Justiniano, corresponden a “Las notas y hechos más coyunturales que tenemos como noticia.” (comunicación personal, 13 de septiembre de 2023). Esto significa que no se emite toda la información deportiva que se genera, sino aquella que es más relevante o importante, según el criterio de los periodistas o los entes decisores del medio radiofónico. En este sentido, lo que más se publica se enmarca en los siguientes aspectos:

- **Los géneros y formatos que se utilizan para difundir información deportiva.**

Según el proceso de observación se identificó los géneros y formatos (**Ver Anexo 1**) que más son utilizado en la programación de Radio Universitaria, por lo que se reconoció cuáles son los géneros y formatos que corresponden al espacio dedicado al ámbito deportivo, es decir, la información que se produce en Televisión Universitaria.

**Tabla 3***Géneros que tiene la programación de Radio Universitaria*

N°	Programa	Género	Cantidad de espacios	%
1	Cafecito Caliente	Noticioso y opinión	2	13
	Dosis diaria			
	Flash informativo con presentación			
	DeporTV	Noticioso		
2	Noticiero meridiano TVU		6	37
	Radio y noticias, señal canal universitario			
3	Conversemos DE	Opinión	1	6
4	Espacio musical	Entretenimiento	7	44
	Sin presión Podcast			
<b>TOTAL</b>			<b>16</b>	<b>100</b>

Nota: Elaboración propia (2023).

Como se observa, el género que tiene preferencia, para la producción de contenidos radiales, es el de entretenimiento, seguido por noticioso, posteriormente u híbrido entre noticioso y opinión, por último, opinión. De esta manera se identifica la inclinación mediática que tiene a determinados contenidos la programación de radio. Por su parte, los formatos preferentes se reflejan en la siguiente tabla:

**Tabla 4***Formatos que tiene la programación de Radio Universitaria*

N°	Programa	Formato	Cantidad de espacios	%
1	Cafecito Caliente	Radio revista	1	7
2	Espacio musical	Musical	6	43
3	Dosis diaria			
	Flash informativo con presentación			
	DeporTV			
	Noticiero meridiano TVU	Noticias	5	36
	Radio y noticias, señal canal universitario			
9	Sin presión Podcast	Tertulia	1	7
11	Conversemos DE	Entrevista	1	7
<b>TOTAL</b>			<b>14</b>	<b>100</b>

Nota: Elaboración propia (2023).

Como se observa, el formato que tiene preferencia, para la producción de contenidos radiales, es el musical, seguido por noticias, posteriormente la entrevista, por último, la tertulia. De esta manera se ratifica la tendencia informativa de Radio Universitaria.

En cuanto lo que predomina en el programa deportivo que se difunde en Radio Universitaria, que se comparte de la producción del programa deportivo de Televisión Universitaria, el género carácter noticioso y el formato predominante es la noticia.

- **Si se emite contenidos deportivos, cuáles son las disciplinas que son preferentes.**

Los contenidos preferentes, del ámbito deportivo, que se emiten en Radio Universitaria, están relacionados con la descripción que realiza Díaz al respecto.

Bueno con respecto a Radio Universitaria en información de carácter deportivo lo da don Beimar Duran, por ejemplo, en el Cafecito Caliente; y, lo saca de las diferentes páginas de periódicos digitales y los da a conocer, no, temas de selección boliviana eso tiene que ver con el futbol, no. Por ejemplo, yo, en la revista siempre invito a gente que se destaca por ejemplo en natación, en boxeo. Eso es lo más bonito, por ejemplo, que tengo yo en mi programa, que toco diferentes temas deportivos, que obviamente, yo estoy incursionando en el ámbito deportivo, pero, en lo que es televisión, entonces estoy más empapada, y como también trabajo en radio, entonces hago el contacto para que ellos lleguen hasta la radio y poder hacerles la invitación para que ellos puedan comentar. (Comunicación personal, 15 de septiembre de 2023).

En esta primera declaración se identifican tres disciplinas preferentes: fútbol, natación y boxeo; dos de ellas individuales y una grupal. Especialmente el fútbol, que cotidianamente genera mucho material informativo de carácter periodístico, ya sea a nivel amateur o profesional. El Boxeo, por su parte, es de interés esporádico, sólo cuando aparecen torneos o contiendas por diferentes campeonatos, que normalmente se realizan en tiempos determinados.

Una segunda declaración, que realiza Díaz, da cuenta de otros deportes. “Bueno disciplinas preferentes se le da paso a todo ya sea natación, futbol, futsal, básquet, danza, entonces siempre estamos con eso no, así más presencia como yo lo estoy viendo acá preferencias no tenemos” (Comunicación personal, 15 de septiembre de 2023). Se reconocen,

además, al fútbol y básquet, que son disciplinas practicadas a nivel colegial o universitario. Esto significa que la Radio está abierta a todas las disciplinas, de acuerdo a cuál sea su impacto informativo en un momento dado; también, hay que remarcar que es necesario incursionar en el ámbito deportivo amateur, puesto que la gente de Cobija participa activamente en eventos de esta naturaleza.

- **Si se emite contenidos deportivos cuál es su origen; local, nacional, internacional**

El origen geográfico de la información deportiva está reflejado en las declaraciones de Díaz, que ubica cual es la información, de manera preferente, en un determinado lugar o contexto.

Se da cabida a los tres: tanto nacional, internacional, regional, local. En cuestiones de ámbito deportivo no, porque por ejemplo no hemos estado hablando sobre tema, no. Vaca Diez, digamos que es ámbito local, nacional igual o sea los tres igual es importante, bueno para mí no que estoy en la radio universitaria y dependiendo el tema de relevancia que tenga, pero si hay que darle en basquetbol, en natación, en cualquiera, cualquiera le doy importancia, no, el valor que tiene. (Gabriela Díaz, Comunicación personal, 15 de septiembre de 2023).

Sin embargo, en base al proceso de observación, en Radio Universitaria, la información deportiva, mayormente, es de carácter nacional, seguida del { ámbito internacional y de manera rezagada las noticias locales.

### **c) Espacios de la programación en los que se emite información deportiva**

Si bien Radio Universitaria no produce un programa especializado en materia deportiva, sí emite contenido noticioso de este ámbito. Es así que según Justiniano “La información deportiva que se emite en la radio es en el espacio del noticiero que tenemos, no tenemos un sector especializado, solamente en el flash informativo que se llama, hay se difunde el programa deportivo.” (Fabiola Justiniano, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023). Es decir, se aprovecha el sector noticioso meridiano para insertar las noticias deportivas, pese a que en la programación se establece que existe un horario fijo y establecido (12:00 a 13:00) para la difusión de este contenido noticioso.

#### **d) Horarios disponibles para implementar un programa deportivo**

Los horarios adecuados para la información deportiva, que están disponibles, responden a los siguientes criterios:

- En horario meridiano, es decir a medio día antes del noticiero, tal cual está agendado actualmente, es decir, de 12:00 a 13:00, ocupar el espacio, con la diferencia de que el programa ya no es derivado de la televisión, sino que es un producto original del medio radial.

Al respecto, Gabriela Díaz considera que “El espacio es de 12 del mediodía, si te refieres a eso, no, que se cuele con el canal universitario.” (Comunicación personal, 15 de septiembre de 2023). Por lo que este horario es propicio y adecuado para este tipo de programa.

- Asimismo, ocupar el espacio de 19:00 a 20:00 para el programa deportivo nocturno, puesto que, según el proceso de observación (**Ver Anexo 1**), en este horario sólo se emite música, la cual puede acompañar y amenizar las noticias deportivas.

De esta manera se establecen dos horarios que no afectan la programación actual de Radio Universitaria, por el contrario, la enriquecen, diversificando aún más el ámbito informativo y noticioso.

#### **4.2. Selección, jerarquización y priorización de necesidades**

La selección, jerarquización y priorización de necesidades es producto de la elaboración del diagnóstico, basada en identificación de necesidades prioritarias que tiene Radio Universitaria. En este sentido, se presentan las siguientes necesidades:

- Dentro de su programación existen espacios que son llenados por contenidos informativos que no son producto del trabajo de los miembros de la radio, sino que son apropiados

mediante una conexión multimedia, es decir, la radio tiene la necesidad de producir su propio material noticioso, en el ámbito deportivo, y no conformarse con la señal que recibe de Televisión Universitaria.

- Otro aspecto importante está relacionado con la programación, es decir, Radio Universitaria no cuenta con un programa deportivo, por lo tanto, se hace imperioso su implementación, de esta manera se diversifica el contenido informativo de esta emisora.
- Asimismo, es necesario que la emisora emita información deportiva, de todas las disciplinas, tomando en cuenta el aspecto local, regional, nacional e internacional, puesto que los radioescuchas deben reconocer en este medio masivo un referente para estar debidamente informados.

## **CAPITULO V**

### **DISEÑO DEL PROYECTO**

El diseño del presente proyecto se centra en la propuesta de implementación de un programa deportivo en Radio Universitaria 97.9 FM, en la gestión 2023, tomando en cuenta que la programación presenta algunos vacíos informativos, que son trascendentales en el desarrollo cotidiano de las personas que viven en Cobija, por lo tanto, este proyecto se adecúa a la situación programática de este medio comunicativo.

A partir de estos aspectos la información se sistematizó en base a tres criterios: la denominación y naturaleza del proyecto, el marco administrativo, que tienen inserto la propuesta del programa deportivo.

#### **5.1. Denominación y naturaleza del proyecto**

##### ***5.1.1. Descripción del proyecto***

La Universidad Amazónica de Pando, comprometida con el desarrollo comunicativo de la población pandina, cuenta con diferentes medios masivos de comunicación, entre ellos está la Radio Universitaria, que brinda información variada, especialmente de índole noticioso, aunque carente en algunos ámbitos informativos, que son notorios por su importancia social y comunicativa.

Dentro de este contexto se puede afirmar que la emisora, perteneciente a la Universidad Amazónica de Pando, no cuenta con un programa deportivo de producción propia, sólo aprovecha la señal de Tv Universitaria para reproducir la información que se origina en este medio; de esta manera, solo cumple una función de transmisor, amplificador y reproductor de noticias deportivas.

Es así que el presente proyecto, con la intención de llenar vacíos informativos en la programación en esta radioemisora, propone la implementación de un espacio dedicado al deporte, que abarque la mayor cantidad de disciplinas, de origen internacional, nacional, regional y local, satisfaciendo, además, las necesidades informativas de la población cobijeña y de algunos barrios del vecino país, puesto que la ciudad capital pandina es zona fronteriza con el Brasil, aunque la señal no reconoce límites territoriales.

Asimismo, es necesario, remarcar que este trabajo de grado se enmarca dentro de la familia laboral referida al periodismo, por lo tanto, es adecuado pertinente dentro de las ciencias de la comunicación referida a medios masivos, entre ellos la radiodifusión, por lo que se presenta un documento que sistematiza de manera sintética, pero completa, la propuesta antes mencionada.

### ***5.1.2. Justificación del proyecto***

La consolidación de un programa deportivo en Radio Universitaria es producto de una propuesta bien elaborada, con un planteamiento sólido y coherente en todos sus aspectos, que cumple con los estándares de calidad que requiere una emisora que tiene la trayectoria y prestigio reconocidos por la sociedad cobijeña.

Es así que, desde el punto de vista comunicacional, propone abrir canales de interacción entre la emisora y la audiencia que tiene preferencia por contenidos de índole deportivo, satisfaciendo las necesidades y requerimientos de información del público con relación a diferentes disciplinas, sean profesionales o amateur, de origen internacional, nacional, regional y local.

Institucionalmente, la propuesta viene a contribuir a la complementación de la programación de Radio Universitaria, diversificando la información y ampliando las posibilidades noticiosas que ofrece a la población de Cobija.

De esta manera se consolida y ratifica la vocación de servicio de la Universidad Amazónica de Pando a través de sus medios masivos de comunicación, en el presente caso, mediante la radio, puesto que las actividades académicas también abarcan el ámbito deportivo, fomentando la práctica del deporte.

### **5.1.3. Marco Institucional**

La Radio Universitaria, 97.9 FM, es un medio de comunicación masivo que pertenece a la Universidad Amazónica de Pando. Consecuentemente es una emisora de carácter público, puesto que es parte de una institución estatal, aunque muy joven, pero, de reconocida trayectoria institucional.

En este sentido, al pertenecer a una entidad de educación superior su programación está dirigida a desarrollar contenidos académicos y científicos, sin dejar de lado los otros contextos informativos que son parte de la sociedad. Es decir, es una emisora que está al servicio social, dando respuestas a los problemas de la comunidad desde el ámbito investigativo, en diferentes contextos, por lo tanto, es totalmente acertado incursionar en el ámbito deportivo a partir de las Ciencias de la Comunicación.

Otro aspecto trascendental es su funcionamiento que es financiado en base a un presupuesto asignado por la universidad pública pandina, por lo que una de sus características es que, usualmente, no emite publicidad ni propaganda como medio de financiamiento o autofinanciamiento.

Por último, sus datos de contacto son los siguientes:

- **Dirección.** Universidad Amazonica de Pando, Cobija, Bolivia.
- **Área de servicio.** Brasileia, Acre, Brasil · Cobija, Bolivia · Eptaciolândia, AC, Brasil
- **Teléfono de contacto (celular).** 72915535.
- **Correo electrónico.** radiouniversitaria97.9fm@hotmail.com

#### **5.1.4. Finalidad del Proyecto**

El presente proyecto de grado tiene como finalidad consolidar un programa deportivo que sea referente a nivel local con trascendencia a nivel nacional e internacional, puesto que Cobija es una ciudad fronteriza y la señal de Radio Universitaria no discrimina o distingue nacionalidad.

Asimismo, proyecta cubrir todo el acontecer deportivo de todos los municipios de Pando, abarcando, además, noticias de otros departamentos, construyendo, de esta manera, una estructura informativa completa, fortaleciendo la relación comunicativa con la comunidad y las diferentes instituciones pandinas.

#### **5.1.5. Objetivos**

##### **5.1.5.1. Objetivo general**

Diseñar un programa deportivo que contribuya al fortalecimiento informativo de la programación de Radio Universitaria de la Universidad Amazónica de Pando.

##### **5.1.5.2. Objetivos específicos**

- Caracterizar el programa deportivo dotándole de una identificación y personalidad originales.
- Establecer los tipos de información preferentes que se emitirán en el programa deportivo, tomando en cuenta los géneros y formatos periodísticos.
- Definir las disciplinas deportivas y el origen geográfico preferentes de la información para su cobertura.
- Determinar los horarios de emisión del programa deportivo, tomando en cuenta los espacios más adecuados para su publicación.
- Caracterizar los recursos necesarios y suficientes para la producción del programa deportivo.

- Identificar el público objetivo que es arte de la audiencia de Radio Universitaria.

#### ***5.1.6. Componentes, actividades y productos***

Los componentes, las actividades y los productos, están ordenados de tal manera que permiten seguir una secuencia lógica para expresar la propuesta de implementación de un programa deportivo en Radio Universitaria.

**Tabla 5***Componentes, actividades y productos*

<b>Componentes</b>	<b>Actividades</b>	<b>Productos</b>
Caracteriza el programa deportivo dotándolo de una identificación y personalidad originales	Elegir el nombre del programa	Nombre del programa
	Elegir la música para su identificación	Música para su identificación
	Elegir el slogan del programa	Slogan del programa
Establece los tipos de información preferentes que se emitirán en el programa deportivo, tomando en cuenta los géneros y formatos periodísticos.	Elegir y describir los géneros periodísticos preferentes	Tabla sistematizada de géneros más adecuados para el programa deportivo Ejes temáticos para los contenidos
	Elegir y describir los formatos periodísticos preferentes	Tabla sistematizada de formatos más adecuados para el programa deportivo
Define las disciplinas deportivas y el origen geográfico preferentes de la información para su cobertura.	Clasificar las disciplinas deportivas priorizando su importancia informativa	Lista de disciplinas deportivas
	Elaborar un listado de prioridades informativas tomando en cuenta su carácter geográfico	Esquema de prioridades informativas según su origen
Determina los horarios de emisión del programa deportivo, tomando en cuenta los espacios más adecuados para su publicación.	Ubicar el programa deportivo dentro de la programación de la radio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacios que ocupará</li> <li>• Horarios de publicación de la información</li> <li>• Periodicidad de publicación de la información</li> </ul>
	Identificar los aspectos técnicos con los que se producirán los contenidos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escaleta general del programa</li> <li>• Guion técnico</li> </ul>
	Caracteriza los recursos necesarios y suficientes para la producción del programa deportivo.	Identificar los recursos humanos
Establecer los recursos financieros necesarios		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto</li> </ul>

---

Identifica el público objetivo que es parte de la audiencia de Radio Universitaria.	Caracterizar las audiencias directas e indirectas según las disciplinas deportivas	Listado de potenciales radio oyentes del programa deportivo
---	--	---

---

Nota: Elaboración propia (2023).

### a) Caracterizar el programa deportivo dotándole de una identificación y personalidad originales

Las características del programa deportivo son trascendentales, puesto que presenta una identificación, es decir, su nombre que lo distingue de programas similares, otorgándole, además, de una personalidad y estilo propio.

**Tabla 6**

*Identificación del programa deportivo*

<b>Identificación</b>	<b>Descripción</b>
Nombre del programa	“24/7 Radio deportes”
Música	“Resistiré”
Slogan	Corriendo o jugando 24/7 está informando.
Perfil	Es un programa dedicado a temas deportivos.

Nota: Elaboración propia (2023).

Es necesario remarcar que el nombre responde a criterios de originalidad, puesto que no existe una denominación similar, además, es fácil de recordar. Desde el punto de vista semántico permite a la audiencia identificar y asignar los significados denotativo y connotativo, tal cual se presenta a continuación:

- 24/7, denotativamente son dos números relacionados entre sí que representan una operación aritmética, específicamente una división. Connotativamente, significa que está vigente durante las 24 horas del día y los 7 días de la semana.
- Radio deportes, denotativamente significa una emisora radial dedicada al ámbito deportivo. Connotativamente significa veracidad, actualidad, objetividad, en resumen, calidad informativa.

La música, que es parte de la identificación del programa, es interpretada por el “Dúo Dinámico”. Su contenido es adecuado puesto que habla de seguir adelante pese a las dificultades que se presentan en la vida. Asimismo, su melodía es dinámica, invitando a la acción.

El slogan es llamativo y pegajoso, rima bien, coordinando de manera adecuada todas las palabras que lo componen. Su contenido es entendible, fácil de asociar al deporte, a la actividad periodística y su vigencia durante toda la semana.

El perfil del programa centra su atención en el tratamiento de información noticiosa de interés social. Es decir, satisfacer las necesidades que el ciudadano de Cobija tiene para informarse sobre el ámbito relacionado con el deporte, tomando en cuenta su origen: local, regional, nacional o internacional.

En este sentido, de lo que se trata es de presentar la información deportiva de manera atractiva; metafóricamente hablando, el radioescucha debe saborear, oler, disfrutar, vivir, la actividad deportiva a través de los micrófonos de Radio Universitaria.

**b) Establecer los tipos de información preferentes que se emitirán en el programa deportivo, tomando en cuenta los géneros y formatos periodísticos**

Los tipos de información preferentes que se emitirán en el programa deportivo, tomando en cuenta los géneros y formatos periodísticos son los siguientes:

**Tabla 7**

*Géneros preferentes del programa deportivo*

<b>Género</b>	<b>Descripción</b>
Noticioso	Implica textos periodísticos de carácter objetivo.
Opinión	Implica textos periodísticos de carácter subjetivo y crítico
Entretenimiento	Implica textos de índole musical

Nota: Elaboración propia (2023).

El programa deportivo, dentro de sus contenidos, tiene como principal insumo informativo al género noticioso, puesto que las diferentes disciplinas deportivas originan hechos que se convierten en noticias, que sólo son relatadas, es decir, descritas tal cual ocurren en un

momento determinado. Este material periodístico implica noticias, reportajes, crónicas y entrevistas.

Otro género que está presente es el de opinión, puesto que el acontecer deportivo, también, implica comentarios, opiniones, criterios profesionales y personales de los periodistas y los invitados; asimismo, provoca debates cuando los hechos o temas son muy polémicos o controvertidos.

Asimismo, está presente el género de entretenimiento, puesto que dentro del contenido del programa se utilizarán temas musicales, sean instrumentales o cantados; los mismos hacen referencia a composiciones que tiene mucha cara motivadora que invite a la audiencia realizar una actividad deportiva.

**Tabla 8**

*Formatos preferentes del programa deportivo*

<b>Formato</b>	<b>Descripción</b>
Nota periodística	Es la descripción textual de un hecho noticioso.
Entrevista	Es la conversación entre el periodista, que hace de entrevistador, y un entrevistado o más.
Comentario	Es el criterio personal del periodista sobre un tema u hecho noticioso
Música	

Nota: Elaboración propia (2023).

Los tres formatos periodísticos, que se presentan en la anterior tabla, serán parte constante del programa deportivo, ratificando, de esta manera, el compromiso informativo que tiene Radio Universitaria con la sociedad cobijeña.

Hay que considerar que toma en cuenta todo el acontecer noticioso deportivo, en sus diferentes disciplinas; también, involucra a personalidades y deportistas que resaltan en el

deporte local y nacional, como invitados, considerando que son personas que tienen la autoridad suficiente para tratar diferentes temas; otro formato es el comentario u opinión sobre aspectos sobresalientes de las noticias emitidas diariamente; por último, la música que caracteriza al programa estará presente de manera permanente, como melodía de fondo

**c) Definir las disciplinas deportivas y el origen geográfico preferentes de la información para su cobertura**

Las disciplinas deportivas y su origen geográfico son dos elementos importantes que se deben considerar para producir un programa deportivo; por consiguiente, es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos:

**Tabla 9**

*Disciplinas deportivas preferentes y su origen como contenido noticioso*

Disciplina	Origen		
	Local	Nacional	Internacional
Fútbol	X	X	X
Futsal	X		
Atletismo	X	X	X
Boxeo	X		
Artes marciales	X		X
Basquetbol	X		
Natación	X		

Nota: Elaboración propia (2023).

Las disciplinas deportivas están íntimamente relacionadas con su origen geográfico, es así que el programa deportivo, si bien dará cobertura a todos los hechos o temas noticiosos relacionados con el deporte, tendrá preferencia por algunas disciplinas que generan información periodística de manera permanente, tales como el fútbol y el atletismo, que no sólo originan interés por hechos locales, sino que su influencia es a nivel nacional e internacional, produciendo, además, mucho material para su análisis entre los periodistas y los invitados. Sin embargo, también, se toma en cuenta a disciplinas que no generan noticias de manera permanente, pero cuando lo hacen tiene mucho impacto en la audiencia, por ello, son

considerados como parte importante dentro de los contenidos informativos que se difundirán en el programa deportivo

Por otra parte, el origen geográfico de las noticias no será tomado como una barrera o problema para su emisión, por el contrario, se la tomará como una oportunidad, considerando que mucha información nacional e internacional es de interés de la audiencia local.

### **5.1.7. Métodos y técnicas**

Una de las formas más efectivas de conducir este proyecto es elaborando preguntas, que permiten dar respuestas a diferentes aspectos que son inherentes a esta propuesta, y que facilitan su comprensión y concreción, por tanto, metodológicamente es efectiva porque funciona guiar el logro de los objetivos, traducirlos en actividades, produciendo resultados.

**Tabla 10**

*Métodos de preguntas*

<b>PREGUNTAS</b>	<b>DETALLE</b>
¿Qué se hace?	Se organiza la estructura y contenidos del programa deportivo.
¿Qué se necesita?	Diferentes recursos: técnicos, humanos y financieros.
¿Quién lo hace?	Especialistas en periodismo deportivo que manejen la información de manera adecuada para estructurar un producto de calidad.
¿Cómo se hace?	Aplicando el tratamiento periodístico profesional de la información deportiva que se genera cotidianamente.
¿Cuándo se hace?	Mediante un cronograma, que establece el espacio dentro de la programación y los horarios de difusión del programa deportivo.
¿Dónde se hace?	En ambientes de la Radio Universitaria.
¿Por qué se hace?	Porque es necesario fortalecer la programación de Radio Universitaria, diversificando su contenido noticioso, que satisfaga las necesidades informativas deportivas de la audiencia cobijeña.

Nota: Elaboración propia (2023).

Esta información metodológica sintetiza todo el contenido del programa deportivo, puesto que abarca todos los ámbitos del mismo en forma de interrogantes; desde la identificación hasta los diferentes recursos necesarios y suficientes, por tanto, organiza y guía la ejecución de la propuesta. En consecuencia, las respuestas, a las preguntas planteadas, están

insertas dentro del documento formulado de manera concisa, sintética, pero, concreta y completa, sobre todo, de fácil comprensión.

### 5.1.8. Metas e indicadores

Las metas y los indicadores son propuestas que permiten el logro de los objetivos, puesto que su planteamiento supone límites temporales, medidas o valores que expresan su concreción. Las mismas responden al siguiente detalle:

**Tabla 11**

*Metas e indicadores*

<b>Meta</b>	<b>Indicador</b>
El programa deportivo contará con una identificación y personalidad originales hasta el mes de septiembre.	El programa cuenta con un nombre. El programa cuenta con una música que la identifica. El programa cuenta con un slogan. El programa cuenta con un perfil.
Se establece los tipos de información preferentes tomando en cuenta los géneros y formatos periodísticos hasta el mes de septiembre	Géneros clasificados e identificados. Formatos clasificados e identificados.
Se define las disciplinas deportivas y el origen geográfico preferentes de la información para su cobertura hasta el mes de septiembre.	Disciplinas deportivas clasificadas según el origen noticioso por orden de prioridad.
Determina los horarios de emisión del programa deportivo, tomando en cuenta los espacios más adecuados para su publicación hasta el mes de octubre.	Espacios ubicados y establecidos dentro de la programación. Horarios establecidos dentro de la programación.
Se caracteriza los recursos necesarios y suficientes para la producción del programa deportivo hasta el mes de octubre.	Recursos materiales determinados. Recursos técnicos elaborados Recursos Humanos identificados Recursos financieros presupuestados
Se identifica al público objetivo, que es parte de la audiencia de Radio Universitaria, hasta el mes de octubre.	Audiencia identificada, dentro de los beneficiarios directos e indirectos.

Nota: Elaboración Propia (2023).

Como se observa existen seis metas, todas ellas con fecha límite de cumplimiento, que es el mes de octubre, tal cual se manifiesta en el cronograma de presentación del trabajo de grado. Asimismo, presentan los indicadores para cada meta.

#### ***5.1.9. Beneficiarios directos e indirectos***

- a) **Directos.** La beneficiaria directa del proyecto es la Radio Universitaria, puesto que fortalece su programación y diversifica sus contenidos informativos, satisfaciendo las necesidades de su audiencia.
  
- b) **Indirectos.** Los beneficiarios indirectos son los miembros de la sociedad cobijeña, especialmente la audiencia que tiene preferencia por la información deportiva local, regional, nacional e internacional.

De esta manera se identifica el público objetivo que es parte de la audiencia de Radio Universitaria,

#### ***5.1.10. Localización física y cobertura espacial***

Este proyecto se ejecutará en Radio Universitaria, en instalaciones de Televisión Universitaria, que está ubicada en el Barrio Petrolero, Avenida Internacional, ciudad de Cobija, capital del departamento de Pando.

La frecuencia radial es 97.9 en frecuencia modulada, puesto que tiene un alcance de señal que abarca a todo el municipio de Cobija.

#### ***5.1.11. Organización de la evaluación***

- a) **Evaluación de planificación.** Es la fase en la que se organiza la propuesta, es decir, que se consideran todos los aspectos necesarios y suficientes para la producción de un programa

deportivo en Radio Universitaria, para lo cual toma en cuenta los diferentes recursos para el cumplimiento de los objetivos y actividades del diseño del proyecto.

- b) Evaluación del proceso.** Valora el cumplimiento de las metas e indicadores en el proceso y/o evolución de la propuesta, que permite cumplir durante la producción del programa deportivo, por lo tanto, se podrá evaluar los resultados a corto y mediano plazo, es decir, la ejecución y operación del proyecto.
- c) Evaluación ex post.** Valora los resultados a largo plazo, evaluando el cumplimiento de los objetivos del proyecto, además de valorar el impacto en la audiencia. Esta evaluación, corresponde al equipo de gestión que está a cargo de la ejecución del proyecto; es una medición y valoración tomando en cuenta un tiempo considerable desde el origen del proyecto.

## **5.2. Marco administrativo**

El marco administrativo contiene los elementos esenciales que gestionarán y apoyarán el logro de los objetivos durante la ejecución y operación del proyecto, es decir, para lo cual se toman en cuenta los siguientes elementos: el equipo de gestión, organigrama, cronograma y los recursos necesarios.

### ***5.2.1. Equipo de gestión***

El equipo de gestión, encargado de la ejecución y operación del proyecto, está compuesto por recursos humanos con carácter disciplinario, es decir, especialistas comunicadores y periodistas relacionados con el ámbito deportivo, que responden a la siguiente estructura administrativa:

- Director del proyecto (Director de Radio Universitaria)
- Periodista especializado en periodismo deportivo
- Conductor del programa

- Operador

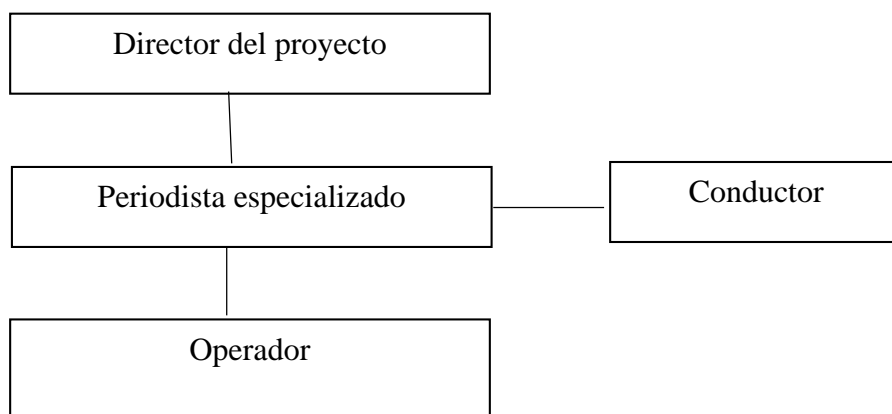
El equipo de gestión es el elemento fundamental para que el programa deportivo funcione a cabalidad, pues ellos serán los recursos humanos quienes ejecutarán u operacionalizarán, al pie de la letra el proyecto, poniendo en funcionamiento todo el procedimiento para la producción de los contenidos deportivos que se emitirán.

### 5.2.2. Organigrama

El organigrama, de la parte administrativa del proyecto, tiene una estructura vertical, de arriba hacia abajo, puesto que responde a un sistema de organización jerárquico, que permite un control más riguroso en el cumplimiento de los objetivos del programa deportivo, gráficamente se la observa de la siguiente manera:

**Figura: 3**

*Organigrama del equipo de gestión*



*Fuente: Elaboración propia, 2023*

El organigrama, como representación jerárquica entre los miembros del equipo de gestión, sustenta la toma de decisiones en razón de las diferentes responsabilidades que tiene cada miembro, según el puesto o lugar que le corresponde, es decir, las funciones y tareas individuales.

### 5.2.3. Cronograma

El siguiente cronograma viene a mostrar los parámetros de tiempo para la elaboración de la propuesta de implementación de un programa deportivo en Radio Universitaria, tomando en cuenta los días, las semanas y los meses en los que se realizan las diferentes actividades y tareas planificadas, en el presente caso, un cronograma que implica una planificación de tres meses (septiembre, octubre y noviembre), lapso de tiempo que es suficiente para estructurar un producto de calidad.

**Tabla 12**  
*Cronograma*

Actividades	Septiembre					Octubre					Noviembre				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Caracterizar el programa deportivo dotándole de una identificación y personalidad originales.	■	■													
Establecer los tipos de información preferentes que se emitirán en el programa deportivo, tomando en cuenta los géneros y formatos periodísticos.			■	■											
Definir las disciplinas deportivas y el origen geográfico preferentes de la información para su cobertura.					■										
Determinar los horarios de emisión del programa deportivo, tomando en cuenta los espacios más adecuados para su publicación.						■									
Caracterizar los recursos necesarios y suficientes para la producción del programa deportivo.						■									
Identificar el público objetivo que es parte de la audiencia de Radio Universitaria						■									
Revisión y evaluación de la propuesta							■	■	■	■	■	■	■	■	■

Nota: Elaboración propia (2023).

El cronograma es un instrumento formal y sistemático que permite la organización del diseño del proyecto y el cumplimiento de sus objetivos, considerando las diferentes etapas en determinados tiempos, que de cierta manera limitan su desempeño, pero, que determinan plazos razonables para la ejecución de las etapas planteadas.

#### **5.2.4. Recursos humanos**

Uno de los aspectos más importantes, en todo proyecto, es el factor humano, es decir, aquellas personas, profesionales o no, que cumplen con determinadas tareas que están asociadas a diferentes responsabilidades. En el presente diseño, la propuesta cuenta con los siguientes recursos humanos:

##### **a) Director del proyecto (Director de Radio Universitaria)**

- Revisa los contenidos antes de su publicación.
- Autoriza la publicación de los contenidos del programa.
- Autoriza la escaleta y el guion técnico
- Coordina la cobertura de diferentes hechos noticiosos.
- Autoriza la participación de los invitados.
- Autoriza el uso de recursos materiales y herramientas comunicativas
- Distribuye los recursos financieros.

##### **b) Periodista especializado en periodismo deportivo**

- Realiza la cobertura periodística.
- Identifica las fuentes.
- Comenta las noticias junto al conductor del programa.
- Comparte criterios con los entrevistados.

##### **c) Conductor del programa**

- Organiza la escaleta
- Redacta el guion técnico
- Redacta las noticias.
- Redacta los cuestionarios para las entrevistas a los invitados.
- Dirige el programa deportivo.

#### d) Operador

- Edita las grabaciones.
- Organiza las grabaciones según el orden de publicación.
- Coloca la música.
- Coloca la identificación del programa.
- Coloca la identificación de la radioemisora.
- Abre y cierra los micrófonos.

#### 5.2.5. Recursos materiales

Los recursos materiales necesarios son dos: materiales y técnicos

#### a) Recursos materiales

Los recursos materiales que se necesitan son los siguientes:

**Tabla 13**

*Recursos materiales*

ITEM	Detalle	Cantidad
1	Computadora	1
2	Impresora	1
3	Tinta p/ impresora / colores	5
4	Papel Bon	1000 unidades
5	Celular	3
6	Internet / servicio	12 cuotas
7	Consola	1
8	Micrófono	3

Nota: Elaboración propia (2023).

Por su parte, el público objetivo, es decir los radioescuchas contarán con diferentes medios para interactuar con los conductores del programa deportivo y demás participantes del

programa (invitados). Las sugerencias, observaciones, aportes y otro tipo de participación de los oyentes tendrán la recepción mediante los siguientes medios:

- Teléfono fijo.
- Teléfono celular.
- Correo electrónico.
- Redes sociales
- Facebook
- Instagram
- Redes de mensajería
  
- WhatsApp
- Twiter
- Cartas (En el buzón de sugerencias de la emisora).

Todos ellos contribuyendo a la interacción entre la audiencia y el medio de comunicación a través del programa deportivo y los diferentes canales de comunicación que se abren para este propósito.

#### **b) Recursos técnicos**

Los recursos técnicos están conformados por diferentes aspectos importantes: escaleta, que implica una planificación general de los espacios que ocuparán los contenidos dentro de la programación; los horarios de transmisión, que identifican con claridad el tiempo de duración del programa y la hora de transmisión del mismo.

- **Escaleta.** El diseño general del programa “24/7 Radio deportes” está estructurado en dos bloques de 30 minutos cada uno, entre los cuales se insertan la identificación de la estación, la identificación del programa y el contenido noticioso deportivo. Cada bloque se desarrolla en sub bloques, diversificando la información.

### Primer bloque

- **Noticias deportivas.** Información destacada de hechos deportivos relevantes de los contextos local, departamental, nacional e internacional, tomando en cuenta que el aspecto espacial es muy importante, por la audiencia requiere información a este nivel; además, los contextos deportivos profesional y amateur, puesto que ambos son trascendentales para el público cobijeño.
- **Tema central.** Análisis, discusión y debate sobre un tema controvertido, llamativo, sobresaliente y actual, que implica la descripción y explicación de las disciplinas deportivas que son observadas. Por lo tanto, se cuenta con un invitado, especialista en el tema de discusión o disciplina deportiva, abriendo canales de debate y discusión que incluya a los radioescuchas, haciendo que el programa sea interactivo y convirtiendo al oyente en un elemento activo del programa.

### Segundo bloque

- **Noticias deportivas.** Información destacada de hechos deportivos relevantes de los contextos local, departamental, nacional e internacional. Resaltando las disciplinas con mayor preferencia por parte de la audiencia.
- **Curiosidades.** Espacio dedicado a actividades, acontecimientos y eventos deportivos curiosos o llamativos del acontecer amateur, hechos que son desarrollados en los barrios de Cobija, es decir, convirtiendo a las personas en parte de la noticia mediante su participación activa, con la intención de ganar audiencia mediante el protagonismo deportivo de los radioescuchas.

Consecuentemente, es necesario mostrar la estructura de esta planificación, es decir, se presenta la siguiente escaleta, que refleja todo el contenido general y preciso del programa deportivo:

**Tabla 14***Escaleta del programa “24/7 Radio deportes”*

<b>BLOQUE 1</b>		
<b>ESPACIO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>TIEMPO</b>
Presentación	Característica del programa	30’’
	Presentación de locutor 1	30’’
	Presentación de locutor 2	30’’
	Adelantos de los espacios del programa	30’’
Tema musical		1’30’’
Información	Noticias deportivas	10’
Tema musical		1’30’’
Tema central	Presentación del tema	30’’
	Desarrollo del tema	5’
	Conclusiones del tema	1’
Tema musical		1’30’’
Información	Noticias deportivas	5’
Tema musical		2’
<b>BLOQUE 2</b>		
Información	Noticias deportivas	10’
Tema musical		1’30’’
Curiosidades	Noticias deportivas de los barrios	9’
Tema musical		1’30’’
Información	Noticias deportivas	5’
Tema musical		1’30’’
Despedida del programa	Característica del programa	30’’
	Despedida locutor 1	30’’
	Despedida locutor 2	30’’

Nota: Elaboración propia (2023).

- **Espacios y horarios.** Los espacios y horarios establecidos para la emisión del programa son los siguientes:
  - **Espacio.** Meridiano (medio día) y nocturno (reprís).
  - **Frecuencia.** 5 vez por semana, de lunes a viernes.
  - **Duración.** 1 hora.
  - **Horario.** 12:00 a 13:00 y 21:00 a 22:00

### 5.2.6. Recursos financieros

Los recursos financieros necesarios son los siguientes:

**Tabla 15**  
*Presupuesto*

<b>Item</b>	<b>Identificación</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario (Bs)</b>	<b>Precio total (Bs)</b>
I	Recursos tecnológicos	Computadora	3	7.000	7.000
		Impresora	2	2.200	2.200
		Consola	1	21.000	21.000
		Micrófonos	3	2000	6000
II	Material de escritorio	Papel Bon paquetes	10	35	350
		Tinta p/ impresora / colores	5	100	500
III	Equipos de comunicación	Celular	3	1.500	4.500
IV	Servicios	Internet / servicio	3 meses	190	570
V	Recursos humanos	Director del proyecto	3 meses	6.000	18.000
		Periodista especializado	3 meses	5.500	16.500
		Conductor del programa	3 meses	4.000	12.000
		Operador	3 meses	3.000	9.000
<b>TOTAL</b>				<b>52525</b>	<b>97.620</b>

Fuente: Elaboración propia (2023).

De esta manera se identifican y se cuantifican los recursos necesarios y suficientes para la producción del programa deportivo.

### 5.3. Validación de la propuesta

La Propuesta de implementación de un programa deportivo en Radio Universitaria 79,9 FM., en la gestión 2023, para su validación fue presentada a la Dirección de Radio Universitaria, a cargo de la Lic. Fabiana Justiniano Hassen.

El documento presentado, cumple con las condiciones formales y de contenido de un Proyecto de Grado, texto académico que está acorde con las especificaciones y requerimientos científicos por la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, perteneciente al Área de Ciencias Sociales y Humanísticas de la Universidad Amazónica de Pando.

El acto de validación cumplió con el siguiente procedimiento:

- Se realizó en instalaciones de la institución patrocinadora, es decir, en oficinas de Radio Universitaria.
- El estudiante Harold Abraham Salvatierra Ali presentó y expuso su propuesta.
- Entre los participantes se encontraban funcionarios de Radio Universitaria y autoridades del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas.
  - Lic. Fabiana Justiniano Hassen
  - Lic. Miladis Conde Herrera, Directora del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas
- Para constancia de la validación se firmó el acta de validación. **(Ver Anexo 7)**

## CONCLUSIONES

A partir de los objetivos específicos los resultados obtenidos en el presente Proyecto de Grado permiten efectuar las siguientes conclusiones:

De acuerdo al objetivo específico 1 se realizó un diagnóstico de la programación de Radio Universitaria donde se estableció que si bien se tiene una programación variada con diferentes formatos radiofónicos no se cuenta con un programa deportivo propio de la emisora. Ante carencia, se enlaza con la señal de Televisión Universitaria cubriendo este espacio con su programa Deportivo que se emite a las 12 del medio día.

Con relación al objetivo específico 2, se diseñó la propuesta de un programa deportivo denominado “24/7 Radio deportes” con características particulares que trasciendan en la audiencia ampliando la cobertura a todas las disciplinas deportivas bajo el principio de inclusión. El horario de emisión que se propone es a las 12 del medio día, con el propósito de cubrir esa carencia que tiene la emisora al no contar con un programa deportivo netamente radial y fortalecer su contenido radiofónico.

Con referencia al objetivo específico 3, se realizó la validación de la propuesta de implementación de un programa deportivo en Radio Universitaria, mismo que fue validado por la Responsable de la emisora, Directora del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas quienes fueron las encargadas principales de avalar y aceptar la propuesta establecida en el presente Proyecto de Grado.

## **RECOMENDACIONES**

Las recomendaciones son sugerencias que se realizan a diferentes actores que son parte del proyecto. En el presente trabajo de grado, las mismas, van dirigidas a: encargado (a) de Radio Universitaria; periodistas de esta emisora radial; y, la audiencia interesada en el ámbito deportivo.

### **a) Recomendaciones al encargado de Radio Universitaria**

La programación tiene algunos vacíos de contenido informativo, espacios que deben ser llenados con programas que diversifiquen el contexto informativo y noticioso del acontecer local, nacional e internacional. Por lo tanto, debe proyectarse programas serios, pero, atractivos que llenen las expectativas de la audiencia.

En este sentido, la administración debe implementar el programa deportivo “24/7 Radio deportes”, puesto que contiene material que satisface las necesidades noticiosas de la audiencia cobijeña, además, de complementar las posibilidades informativas a las que tiene acceso los radioescuchas, maximizando la capacidad comunicativa de este medio radial con su público.

Asimismo, debe tomar en cuenta la selección de personal adecuado y especializado en periodismo deportivo, que maneje la información de manera plural, es decir, que dé cobertura a las diferentes disciplinas y en diferentes niveles (profesional o amateur).

Sin embargo, la administración, pese a la especialización de los periodistas, debe realizar procesos de actualización y fortalecimiento de conocimientos en materia de periodismo deportivo.

### **b) Recomendaciones a los periodistas**

Los periodistas de Radio Universitaria deben actualizar y fortalecer sus conocimientos sobre periodismo, con la visión de incursionar en el ámbito del periodismo especializado en diferentes contextos noticiosos, por lo tanto, extender sus posibilidades de realizar un

tratamiento informativo profesional, pensando siempre en la calidad de contenidos que se ofrece a los radioescuchas.

Es así que los periodistas tienen la opción de especializarse en periodismo deportivo, sugerencia que se realiza tanto a varones y mujeres, puesto que el ámbito noticioso de los deportes no es exclusivo para los periodistas masculinos, por el contrario, la incursión de las periodistas es cada vez más notoria.

Esta especialización, permitirá abrir posibilidades informativas, incrementando el espacio deportivo, puesto que no solo se debe abordar el contexto deportivo profesional, sino, también, el amateur, relacionando de manera directa a la audiencia con la Radio Universitaria, puesto que convierte a los radioescuchas en protagonistas de la noticia. Incursionando, además, en periodismo popular.

### **c) Recomendaciones a la audiencia**

La audiencia debe ser participante activa del programa deportivo de Radio Universitaria, puesto que debe apropiarse de este espacio noticioso para expresar lo que piensa y siente ante la realidad deportiva local, nacional e internacional, tomando en cuenta que su opinión es importante para un cambio cualitativo en el deporte pandino y boliviano.

Asimismo, debe convocar a los periodistas deportivos para dar cobertura a las actividades deportivas de su barrio, de su unidad educativa, de su comunidad, puesto que la Radio Universitaria es un medio dedicado a satisfacer las necesidades informativas de la sociedad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguaded, I. y Martín, D. (2013). *Educomunicación y radios universitarias: Panorama internacional y perspectivas futuras*. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (124). pp. 63-70. <https://www.redalyc.org/pdf/160/16057406008.pdf>
- Anzoátegui, M., Villalba, K. y Guzmán, A. (2017). *Entretiempo Espacio para la formación en periodismo deportivo de los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena*. (tesis de grado). <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/5214/PROYECTO%20DE%20GRADO%20-%20ENTRETIEMPO.pdf?sequence=1>
- Aruquipa, R. (2020). *La Radio Universitaria como canal de comunicación externa*. (Monografía de diplomado). Universidad Mayor de San Andrés. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/24635/ROLANDO%20ARUQUIPA%20QUINTEROS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Camargo, J. (1980). *La radio por dentro y por fuera*. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53840.pdf>
- Estado Plurinacional de Bolivia. *Constitución Política del Estado*. (07 de febrero de 2009).
- González, R. (2022). Características fundamentales de los programas deportivos en los medios de comunicación. *Journal of Sports Media*, 20(1), 45-62.
- Hernaiz, F. (2017). *El periodismo deportivo en la radio universitaria Sports journalism on university radio*. (Tesis de grado). Recuperado de <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/3647/1/Hernaiz%20Serna%2C%20Francisco%20.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill, Interamericana Editores, S.A. de V.C.
- Ladino, P. (2017). *Radio difusión Básica* <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1417/Radio%20Difusi%C3%B3n%20B%C3%A1sica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lima, P., Quispe, E. y Vega, A. (2021). *Fortalecimiento De La Emisión De Programas de la Nueva Radio Universitaria San Andrés Durante el Tiempo de Pandemia Por Medio de Herramientas Digitales Como: Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, Youtube y el Uso de Zoom, Google Meet, Stream Yard Y Obs Studio*. (Tesis de Grado). <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/31118/TD-935.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lozano, J. (1996). *Teoría de la investigación de comunicación de masas*. México: Alhambra mexicana.

- Martín, D. (2019,17 de marzo). *La radio universitaria como alternativa de formación y comunicación*.  
[https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2019/10/DT\\_FC\\_17.pdf](https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2019/10/DT_FC_17.pdf)
- Martínez, J., & Gómez, L. (2018). Radio universitaria deportiva: Integrando pasión y academia. *Journal of Sports and Education*, 10(3), 125-142.
- Martínez, J. (2019). Radio y deportes en vivo: La producción informativa inmediata como reto comunicativo. En J. Rodríguez (Ed.), *Medios de comunicación y deporte* (pp. 115-130). Editorial Universitaria.
- Morales- Salom, S. (2016). *Comunicación Mediática y Procesos de Identificación una Construcción Dramática y Ritual*. *Revista de Pensamiento e Investigación Social*, (2), pp. 247-269. <https://www.redalyc.org/pdf/537/53746594010.pdf>
- Münch, L. y Ángeles, E. (2005). *Métodos y técnicas de investigación*. México: Trillas, S.A. de C.V.
- Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. (2006). *Los principales tratados internacionales de derechos humanos*. Nueva York y Ginebra. Recuperado de:  
<https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/publications/coretreatiessp.pdf>
- Pascual, J. y Miguel, M. (2016). *Evolución de la radio deportiva en España: Análisis de Carrusel Deportivo*.  
[https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/22313/TFG\\_F\\_2016\\_192.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/22313/TFG_F_2016_192.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pérez, M. (2019). La radio universitaria deportiva como espacio de reflexión y formación integral. *Comunicación y Cultura*, 18(2), 115-130.
- Pulido, P. y Aguaded, I. (s.f.). *Las radios universitarias como medios de comunicación alternativos al servicio de la ciudadanía*.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/51397779.pdf>
- Rodríguez, J. (2020). Programas deportivos en la era digital: Cobertura y análisis en tiempo real. *Journal of Sports Media*, 15(3), 115-130.
- Smith, J. (2020). Tipos de programas deportivos: Un análisis de la diversidad en la cobertura mediática. *Revista Internacional de Comunicación Deportiva*, 30(2), 45-62.
- Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. España: Síntesis, S.A.
- Villacrés, L. (2017). *Facebook live y su aplicación en los programas deportivos de las radios de la ciudad de Ambato*. (Tesis de Grado).  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26868/1/FJCS-CS-491.pdf>

# **ANEXOS**

# ANEXO 1

## FICHA DE OBSERVACIÓN

Universidad Amazónica de Pando  
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas  
Carrera de Ciencias de la Comunicación  
Pando - Bolivia  
2023

Proyectista  
Harold Abraham Slavatierra Alf

---

---

<b>Fecha:</b>		<b>N° de ficha:</b>	
<b>Hora de inicio:</b>		<b>Hora final:</b>	
<b>Acontecimiento, evento o actividad:</b>			
<b>Objetivo:</b>			
<b>Nombre del observador:</b>		<b>SÍ</b>	<b>NO</b>
<b>1</b>	¿Se cuenta con una programación variada?		
<b>2</b>	¿Se cuenta con una infraestructura adecuada?		
<b>3</b>	¿La emisora cuenta redes sociales?		
<b>4</b>	¿La radio cuenta con un programa deportivo?		
<b>5</b>	¿Le emisora cuenta con personal para desarrollar un programa deportivo?		

## **ANEXO 2**

### **GUÍA DE ENTREVISTAS**

Universidad Amazónica de Pando  
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas  
Carrera de Ciencias de la Comunicación  
Pando - Bolivia  
2023

Proyectista  
Harold Abraham Slavatierra Alí

#### **ENTREVISTA N° 1**

#### **DUEÑOS, DIRECTORES O ENCARGADOS DE LOS MEDIOS TELEVISIVOS**

---

---

1. ¿Por qué no se produce un programa deportivo en Radio Universitaria?
2. ¿Qué información de carácter deportivo de emiten en Radio Universitaria?
3. ¿Cuáles son los espacios de la programación en los que se emite información deportiva?
4. ¿Cuán importante es para Radio Universitaria contar con un programa deportivo?
5. ¿En qué medida están especializados en periodismo deportivo los comunicadores de Radio Universitaria?

## **ENTREVISTA N° 2**

### **PERIODISTAS O DEPENDIENTES DE RADIO UNIVERSITARIA**

---

1. ¿Por qué no se produce un programa deportivo en Radio Universitaria?
2. ¿Qué tipo de programa produce o conduce usted?
3. ¿Qué información de carácter deportivo de emiten en Radio Universitaria?
4. ¿Cuáles son los espacios de la programación se emite información deportiva?
5. ¿Cuán importante es para Radio Universitaria contar con un programa deportivo?

## ANEXO 3

Universidad Amazónica de Pando  
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas  
Carrera de Ciencias de la Comunicación  
Pando - Bolivia  
2023

Proyectista  
Harold Abraham Slavatierra Alf

### REGISTRO DOCUMENTAL

---

---

<b>Fecha:</b>	<b>N° de registro:</b>
<b>Institución de la que se obtuvo el documento:</b>	
<b>Documento consultado:</b>	
<b>Objetivo:</b>	
<b>Nombre del investigador:</b>	
<b>Forma de documentación:</b>  FOTOCOPIA ( ) FOTOGRAFÍA ( ) VIDEO ( ) COPIA MANUSCRITA ( )	
<b>Detalle o descripción del documento:</b>	
<b>Observación:</b>	

## ANEXO 4

### IMÁGENES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN



Conversación previa a la entrevista con la Directora de Radio Universitaria



Entrevista con la Directora de Radio Universitaria



Buscando información en Radio Universitaria



Probando los equipos de locución en  
Radio Universitaria

## ANEXO 5

### ENTREVISTAS REALIZADAS

Universidad Amazónica de Pando  
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas  
Carrera de Ciencias de la Comunicación  
Pando - Bolivia  
2023

Proyectista  
Harold Abraham Slavatierra Alf

### ENTREVISTA N° 1

#### DUEÑOS, DIRECTORES O ENCARGADOS DE LOS MEDIOS TELEVISIVOS

---

---

**Lic. Fabiola Justiniano**  
**Directora de Televisión Universitaria y responsable de Radio Universitaria**

*1. ¿Por qué no se produce un programa deportivo en Radio Universitaria?*

R. Buenas tardes, en la Radio Universitaria...bueno mi persona se encuentra a cargo de dos medios de comunicación de la Universidad Amazónica de Pando, de Televisión Universitaria y Radio Universitaria hace un año. Tengo entendido que en anteriores gestiones no había el programa deportivo en Radio Universitaria, supongo que tenía el carácter de ser una radio académica, entonces, supongo que por eso no había este programa deportivo.

En la presente gestión sea priorizado trabajar en televisión con un programa deportivo debido al alcance de la señal; la radio con lo cuenta...la Radio Universitaria su alcance es, no es tan amplio como de la televisión, entonces el público al que llega es reducido. Se tiene proyectado, para la siguiente gestión, la implementación de un programa deportivo donde se puedan abordar todos los temas, porque se ha visto y se ha medido el rating, en Televisión Universitaria los programas que mayor audiencia tienen están especialmente estos programas deportivos, así que se tiene considerado, para la siguiente gestión, implementar un programa radial.

*2. ¿Qué información de carácter deportivo de emiten en Radio Universitaria?*

R. Las notas y hechos más coyunturales que tenemos como noticia.

**3. *¿Cuáles son los espacios de la programación en los que se emite información deportiva?***

R. La información deportiva que se emite en la radio es en el espacio del noticiero que tenemos, no tenemos un sector especializado, solamente en el flash informativo que se llama, hay se difunde el programa deportivo.

**4. *¿Cuán importante es para Radio Universitaria contar con un programa deportivo?***

R. Debido a que se ha estado viendo las métricas de las redes sociales en Televisión Universitaria y, también, en la página de la Radio Universitaria, hemos evaluado y hemos visto que es de suma importancia implementar este programa, porque tiene bastante alcance, bastante audiencia, la gente tiene mucho interés en todo este tema deportivo.

**5. *¿En qué medida están especializados en periodismo deportivo los comunicadores de Radio Universitaria?***

R. Actualmente, sólo tenemos un profesional especializado, en Televisión Universitaria, en periodismo deportivo. Falta capacitación en los comunicadores sociales, que tenemos acá trabajando, no todos tiene esa especialidad ni siquiera la experiencia laboral ni empírica para poder hacer esta especialidad de periodismo deportivo.

## **ENTREVISTA N° 2**

### **PERIODISTAS O DEPENDIENTES DE RADIO UNIVERSITARIA**

---

#### ***1. ¿Por qué no se produce un programa deportivo en Radio Universitaria?***

Bueno el 2015, si se contaba con un programa deportivo no porque se contaba con bastante personal en lo que es radio universitaria, no porque tenía varios programas entonces, entre uno de ellos tenía, específicamente un periodista deportivo, ahora yo creo que en este tiempo, actualmente la radio universitario, no cuenta por el mismo hecho de que no tiene un personal solo periodista deportivo para radio, no entonces por ese motivo yo creo que no cuenta con un programa solo digamos de radio universitaria, no porque se cuelga del canal universitario.

#### ***2. ¿Qué tipo de programa produce o conduce usted?***

Bueno yo conduzco un programa de una revista donde entra varias temáticas no, temas de la universidad, temas de salud, temas políticos entonces es una diversidad, tengo muchos sectores no, no tengo uno específico.

#### ***3. ¿Qué información de carácter deportivo de emiten en Radio Universitaria?***

Bueno con respecto a radio universitaria en información de carácter deportivo lo da don Beimar Duran por ejemplo en el Cafecito Caliente y lo saca de las diferentes páginas de periódicos digitales y los da a conocer no temas de selección boliviana eso tiene que ver con el futbol no, por ejemplo, yo en la revista siempre invito a gente que se destaca por ejemplo en natación, en boxeo eso es lo más bonito por ejemplo que tengo yo en mi programa que toco diferentes temas deportivo que obviamente yo estoy incursionando en el ámbito deportivo pero en lo que es televisión entonces estar más empapada y como también trabajo en radio entonces hago el contacto para que ellos lleguen hasta la radio y poder hacerles la invitación para que ellos puedan comentar.

**4. *¿Cuáles son los espacios de la programación se emite información deportiva?***

El espacio es de 12 del medio día,, si te refieres a eso no que se cuele con el canal universitario.

**5. *¿Cuán importante es para Radio Universitaria contar con un programa deportivo?***

Bueno yo creo que la importancia es que haya alguien específico, una persona bien encargada en el ámbito deportivo, que le da pues el toque mágico no a lo que sería radio universitaria entonces sería muy bueno que haya alguien, como ya te había comentado el 2015 que netamente sea ámbito deportivo no que no se cuelgue de la señal del canal.

**6. *¿Cuáles son las disciplinas deportivas preferentes para difundir en Radio Universitaria?***

Bueno disciplinas preferentes se le da paso a todo ya sea natación, fútbol, futsal, básquet, danza, entonces siempre estamos con eso no, así más presencia como yo lo estoy viendo acá preferencias no tenemos

**7. *¿Cuál es el origen de la información que se publica con mayor frecuencia, internacional, nacional, regional o local? ¿Por qué?***

Se da cabida a los tres tanto nacional, internacional y regional, local en cuestiones de ámbito deportivo no, porque por ejemplo no hemos estado hablando sobre tema no Vaca Diez digamos que es ámbito local, nacional igual o sea los tres igual es importante, bueno para mí no que estoy en la radio universitaria y dependiendo el tema de relevancia que tenga, pero si hay que darle en basquetbol, en natación, en cualquiera, cualquiera le doy importancia no el valor que tiene.

## ANEXO 6

### PROGRAMACIÓN DE RADIO UNIVERSITARIA

Universidad Amazónica de Pando  
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas  
Carrera de Ciencias de la Comunicación  
Pando - Bolivia  
2023

Proyectista  
Harold Abraham Slavatierra Alf

---

---

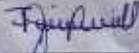
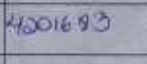
<b>Nº</b>	<b>Programa</b>	<b>Hora inicio</b>	<b>Hora final</b>
1	Cafecito Caliente	06:30 am	08:30 am
2	Espacio de músicas	08:30 am	09:00 am
3	Dosis diaria	09:00 am	10:30 am
4	Espacio de músicas	10:30 am	11:30 am
5	Flash informativo con presentación	11:30 am	12:00 am
6	DeporTV	12:00 am	13:00 pm
7	Noticiero meridiano TVU	13:00 pm	14:00 pm
8	Espacio de músicas	14:00 pm	15:00 pm
9	Sin presión Podcast	15:00 pm	16:00 pm
10	Espacio músicas	16:00 pm	17:00 pm
11	Conversemos DE	17:00 pm	18:00 pm
12	Radio y noticias, señal canal universitario	18:00 pm	19:00 pm
13	Espacio de músicas	19:00 pm	20:00 pm
14	Cafecito caliente (Reprís)	20:00 pm	21:00 pm
15	Espacio de músicas	21:00 pm	22:00 pm
16	Dosis diaria (Reprís)	23:00 pm	00:00 am

# ANEXO 7

## ACTA DE VALIDAD DE LA PROPUESTA

### ACTA DE VALIDACIÓN

En la Ciudad de Cobija, en fecha 05 de Octubre del 2023, a horas 10:00 am, se llevó a cabo la validación de la " **PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DEPORTIVO EN LA RADIO UNIVERSITARIA 97.9 FM EN LA GESTIÓN 2023**" del postulante Univ. Harold Abraham Salvatierra Ali dirigido al personal administrativo del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, quienes firman como constancia los participante :

N.º	Nombre completo	Cargo	Cedula de identidad	Firma
1.	Ledy Fabiola Justino Hassan	Responsables de TUV y Radio U.	5704318	
2.	Miladis Corde Herrera	DIR ACSyH	46001693	
3.	Harold Salvatierra Abraham Ali			HA

  
La Comisión de Evaluación y Selección  
RESPONSABLE COMERCIAL  
TUV - RADIO U.  
Universidad Autónoma de Pando