



Analysis of radio sports journalism in the city of Guayaquil (Ecuador)

Análisis del periodismo deportivo radiofónico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador)

Rubén Parra Proaño^{1*}, Evelin Lissette Cadena Chila¹

¹ Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador.

*Correspondence: Rubén Parra Proaño; rubendavidparraproao@yahoo.com

ABSTRACT

Objectives: This study analyzes radio sports journalism in the city of Guayaquil (Ecuador).

Methods: The sample consisted of 111 people from the city of Guayaquil: 106 radio listeners and 5 radio sports journalists from the following radio stations in the city of Guayaquil: Radio Sucre, La Radio Redonda, Radio Atalaya, Radio América and Master Music Radio. The 106 radio listeners answered a questionnaire designed for this study about radio sports journalism in the city of Guayaquil. Likewise, the 5 radio sports journalists were interviewed on this same topic.

Findings: The results of this study reveal the situation of radio sports journalism in the city of Guayaquil.

Conclusions: Radio sports journalism is very popular, with sports being the main theme in the radio stations of Guayaquil. The sport with the greatest coverage and audience is football. Radio listeners are satisfied with the radio presenters. The audience of traditional radios is higher than that of digital radios. The age of the radio listeners is very varied and online radios are more listened to by people between 15 and 40 years old. Traditional radios invest much more money than online ones, with sponsors having a special importance in digital radios.

KEYWORDS: Radio sports journalism; Ecuador radio stations; radio listeners.

RESUMEN

Objetivos: El presente estudio analiza el periodismo deportivo radiofónico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador).

Métodos: La muestra estuvo compuesta por 111 personas de la ciudad de Guayaquil: 106 radioyentes y 5 periodistas deportivos radiofónicos de las siguientes radios de la ciudad de Guayaquil: Radio Sucre,

La Radio Redonda, Radio Atalaya, Radio América y Master Music Radio. Los 106 radioyentes contestaron a un cuestionario diseñado para esta investigación acerca del periodismo deportivo radiofónico en la ciudad de Guayaquil. Asimismo, los 5 periodistas deportivos radiofónicos fueron entrevistados sobre esta misma temática.

Resultados: Los resultados del estudio dan a conocer la situación del periodismo deportivo radiofónico en la ciudad de Guayaquil.

Conclusiones: El periodismo deportivo radiofónico goza de mucha popularidad, siendo el deporte la temática principal en las radios de Guayaquil. El deporte que mayor cobertura y audiencia tiene es el fútbol. Los radioyentes están satisfechos con los presentadores de los programas de radio. La audiencia de las radios tradicionales es superior a la de las radios digitales. La edad de los radioyentes es muy variada y las radios online son más escuchadas por personas de 15 a 40 años. Las radios tradicionales invierten mucho más dinero que las online, teniendo los patrocinadores especial importancia en las radios digitales.

PALABRAS CLAVE: Periodismo deportivo radiofónico; emisoras de radio de Ecuador; radioyentes.

1. INTRODUCCIÓN

El periodismo deportivo es una rama de la comunicación social que se encarga exclusivamente del deporte, especializada en la transmisión de noticias e información relacionada con los deportes [1]. En sus inicios, la parte deportiva solo tenía un espacio en el noticiero principal de la radio, pero debido a su popularidad y acogida, aparecieron programas e incluso radios dedicados exclusivamente al deporte. Asimismo, hay periodistas que trabajan solamente en la parte deportiva [2].

El periodismo deportivo representa un terreno especial dentro del mundo periodístico, con un estilo propio que reviste muchas particularidades y en el que se dan connotaciones únicas [3]. Además, la trascendencia social del deporte y la capacidad de influencia del periodista deportivo en la colectividad es muy elevada, por lo que el grado de compromiso del profesional con los valores del deporte y la profesión ha de ser máximo [3,4,5]. Cabe destacar que, en el terreno digital, el periodismo deportivo ha encontrado uno de los canales que mejor se ajustan a la información y modelo que maneja, debido a que en este ámbito los contenidos multimedia cobran un especial protagonismo [6].

Según Martínez [7], el periodismo tradicional es un acto comunicativo vinculado a los medios de difusión masiva: periódicos, radio, películas cinematográficas, televisión y cintas de vídeo. Prensa escrita, radio y televisión han sido los medios a través de los cuales ha caminado el periodismo tradicional, teniendo el poder de la información y siendo también un importante negocio [8].

El periodismo digital, llamado también ciberperiodismo o periodismo en línea, es una modalidad del ejercicio periodístico cuyo principal entorno de desarrollo es Internet y cuyos medios auxiliares son de índole digital. En otras palabras, es la rama del periodismo que ha evolucionado en la era digital y que emplea el ciberespacio para investigar y producir sus contenidos [9]. El periodismo digital aprovecha los recursos y servicios que provee Internet para ampliar la información en un solo medio y de forma inmediata [10]. El periodismo digital ha cambiado el periodismo para siempre, haciendo que la información fluya en doble dirección, generando una forma distinta de entender el periodismo en la que los lectores ya no serán nunca más sujetos pasivos de la información, sino actores [11].

El streaming (emisión o transmisión en directo) es una tecnología utilizada para ofrecer contenido a través de Internet al que se puede ofrecer mediante ordenadores y dispositivos móviles. Se basa en la transmisión de datos – generalmente audio y video – como un flujo continuo, que permite que los destinatarios comiencen a ver o escuchar dicho material casi inmediatamente. Es una tecnología que ofrece una forma rápida y sencilla de escuchar o ver contenido web sin tener que guardarlo primero en tu dispositivo [12].

En la actualidad, el streaming representa una herramienta de trabajo muy útil para los comunicadores sociales, ya que de esta forma se pueden realizar transmisiones en un ordenador o en un móvil, lo que ha hecho que muchas personas decidan realizar periodismo por ellos mismos [13]. En el caso concreto del periodismo radiofónico, el streaming permite que las radios digitales puedan operar con relativa facilidad, ya que, si no disponen de equipos más sofisticados como los que suelen usarse en las radios tradicionales, pueden emitir su programación solo con un ordenador y un micrófono. El streaming es la transmisión de un evento por Internet en el momento en que sucede y, por esto, los programas deportivos en directo se adaptan muy bien a este formato [14,15].

En este contexto y debido a su gran influencia en la sociedad, es importante llevar a cabo estudios que analicen diferentes aspectos del periodismo deportivo radiofónico. En concreto, el presente estudio se centra en analizar el periodismo deportivo radiofónico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador).

2. MÉTODOS

2.1. Participantes

La muestra estuvo compuesta por 111 personas de la ciudad de Guayaquil (Ecuador): 106 radioyentes y 5 periodistas deportivos radiofónicos de las siguientes radios de la ciudad de Guayaquil: Radio Sucre, La Radio Redonda, Radio Atalaya, Radio América y Master Music Radio.

2.2. Procedimiento e instrumentos

Los 106 radioyentes contestaron a un cuestionario diseñado para esta investigación acerca del periodismo deportivo radiofónico en la ciudad de Guayaquil. Asimismo, los 5 periodistas deportivos radiofónicos fueron entrevistados sobre esta misma temática. En concreto, en las encuestas y en las entrevistas se estudiaron las siguientes variables: temáticas abordadas en los programas de radio, satisfacción de los radioyentes con los presentadores de los programas de radio, audiencias de las diferentes radios, características de los radioyentes, recursos económicos de las radios y patrocinadores.

2.3. Análisis estadístico

Se emplearon técnicas de estadística descriptiva con el objetivo de describir adecuadamente todas las variables estudiadas. Para ello se utilizó el programa estadístico informático SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versión 23.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En primer lugar, se analizaron las temáticas abordadas por las radios objeto de estudio. Las encuestas llevadas a cabo en este estudio mostraron que la temática principal en las radios de Guayaquil es el deporte, seguido de otros temas como política, sociedad, música y farándula. El periodismo deportivo radiofónico tiene una gran fuerza en Guayaquil y goza de mucha popularidad. En Guayaquil, el fútbol es el deporte rey y es el que mayor cobertura y audiencia tiene en comparación al resto de deportes. Se trata sobre todo acerca de los dos equipos de fútbol locales más populares de la ciudad de Guayaquil: Barcelona Sporting Club y Club Sport Emelec. Los programas también dan información acerca del deporte nacional (Ecuador) e internacional, centrandose esta información sobre todo en el fútbol. Respecto a los presentadores de los programas de radio, los radioyentes encuestados estaban satisfechos con los mismos y pensaban que eran carismáticos y que conectaban con la audiencia, tanto en las radios tradicionales como en las digitales.

Los resultados indicaron que la audiencia de las radios tradicionales es superior a la de las radios digitales en la ciudad de Guayaquil. Las tres radios más escuchadas fueron las siguientes, en este orden: 1. Radio Sucre (tradicional); 2. Radio América (tradicional); 3. Master Music Radio (digital). Esto puede ser debido a que las radios tradicionales tienen más recursos económicos, pudiendo invertir más en publicidad y disponer de mejores equipos. No obstante, en los últimos años las radios digitales han tomado fuerza en los guayaquileños, representando una importante alternativa

a las radios tradicionales, ya que pueden ser escuchadas mediante una aplicación en el móvil. Por este motivo, las radios tradicionales han tenido que adaptarse a la metodología online para que las radios digitales no les quiten a sus radioyentes, ya que la interactividad con la audiencia es un factor fundamental. En este contexto, cabe destacar que las radios deportivas tradicionales de la ciudad de Guayaquil son muy populares, aspecto que se puede explicar especialmente por la gran popularidad del fútbol en esta ciudad.

Respecto a la edad de los radioyentes, los resultados del presente estudio mostraron que las edades en las personas que sintonizan las radios es muy variada y abarca desde los 12 a los 80 años. Sin embargo, las radios online son más escuchadas por personas de 15 a 40 años. Esto es debido a que estas radios funcionan con aplicaciones móviles y son los jóvenes los que usualmente utilizan estas aplicaciones, en contraposición a las personas mayores que no están tan adaptadas a las nuevas tecnologías y afirmaron en las encuestas que seguían utilizando el receptor de radio. Por esta razón, las radios digitales tratan de ofrecer programas interactivos enfocados a un público más joven. El hecho de tener un público más joven como objetivo principal hace que las radios digitales se centren en mayor medida en aportar contenidos muy dinámicos e interactivos. Para esto utilizan también las redes sociales, que les permiten conocer mejor los gustos de sus radioyentes y poder ofrecerles una programación que sea de su agrado.

Las entrevistas realizadas a periodistas deportivos de radios tradicionales y digitales de la ciudad de Guayaquil mostraron que las radios tradicionales invierten mucho más dinero que las online. Esto se debe a que las radios tradicionales tienen que gastar en equipos, ordenadores, micrófonos, sueldo de los periodistas, editores, trabajadores, alquileres de espacios y publicidad. En las radios digitales usualmente no se invierte tanto dinero en comparación a las radios tradicionales, ya que necesitan menos ordenadores y equipos por las facilidades que aporta la metodología de trabajo online. Esto ha provocado que las radios tradicionales se hayan adaptado progresivamente al mundo digital para no ser superadas por las radios digitales. En las radios digitales cobra especial importancia la figura de los patrocinadores, que sirven de soporte económico para estos medios y les dan publicidad. Las alianzas con los patrocinadores permiten a las radios digitales subsistir, mejorar su imagen y hacerse más conocidas.

4. CONCLUSIONES

Las conclusiones obtenidas en este estudio fueron las siguientes:

- El periodismo deportivo radiofónico tiene una gran fuerza en Guayaquil y goza de mucha popularidad, siendo el deporte la temática principal en las radios de Guayaquil. El deporte que mayor cobertura y audiencia tiene es el fútbol.
- Los radioyentes están satisfechos con los presentadores de los programas de radio, tanto en las radios tradicionales como en las digitales.
- La audiencia de las radios tradicionales es superior a la de las radios digitales en la ciudad de Guayaquil. Las radios deportivas tradicionales de la ciudad de Guayaquil son muy populares.
- La edad de los radioyentes es muy variada y abarca desde los 12 a los 80 años. Sin embargo, las radios online son más escuchadas por personas de 15 a 40 años.
- Las radios tradicionales invierten mucho más dinero que las online. En las radios digitales cobra especial importancia la figura de los patrocinadores, que sirven de soporte económico para estos medios y les dan publicidad.

5. REFERENCIAS

1. Editorial Definición MX. Definición de Periodismo Deportivo. 2016 [citado 10.01.2021]. Disponible en: <https://definicion.mx/periodismo-deportivo/>
2. Rojas Torrijos JL. Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. Correspondencias & Análisis. 2014;4:177-190. <https://doi.org/10.24265/cian.2014.n4.09>
3. Pérez I. El negocio del periodismo deportivo. Razón y palabra. 2009;69.
4. López Sánchez GF, Gordon D, Hodgson L, Stubbs B, Gardner B, Smith L. The effect of the 2016 Rio de Janeiro Olympics on spectators' physical activity. Atena J Sports Sci. 2019;1(1).
5. Nazari Alamdari N, Abdi K. The Impact of Physical Activity in the Control of Abnormal Behaviours of Iranian students. Atena J Sports Sci. 2019;1(5).
6. Enesca business school. El periodismo deportivo antes y ahora. 2019 [citado 10.01.2021]. Disponible en: <https://www.esneca.com/blog/periodismo-deportivo-antes-ahora/>
7. Martínez TE. Periodismo y narración: desafíos para el siglo XXI. Cuadernos de Literatura. 2002;8(15):115-123.
8. Poblete E. Periodismo Digital VS Periodismo Tradicional. 2016 [citado 10.01.2021]. En: Slide Player. Disponible en: <https://slideplayer.es/slide/9223250/>
9. Uriarte J. 10 características del periodismo digital. 2020 [citado 10.01.2021] En: Enciclopedia online de características. Disponible en: <https://www.caracteristicas.co/periodismo-digital/>
10. Falla Aroche S. Periodismo Digital: definiciones y características. 2009 [citado 10.01.2021] En: Maestros del Web. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/>
11. Crespo JM. Periódicos digitales ¿Presente o futuro? 2017 [citado 10.01.2021]. En: Nueva Revista. Disponible en: <https://www.nuevarevista.net/cultura-comunicacion/prensa-digital/>
12. Villagómez C. Cómo funciona el 'streaming'. 2018 [citado 10.01.2021] En: CCM. Disponible en : <https://es.ccm.net/faq/10897-como-funciona-el-streaming>
13. Weiss J. Cinco herramientas de streaming en vivo para periodistas. 2015 [citado 10.01.2021] En: Ijnet. Disponible en: <https://ijnet.org/es/story/cinco-herramientas-de-streaming-en-vivo-para-periodistas>

14. Zion L, Spaaij R, Nicholson M. Sport media and journalism: An introduction. *Media International Australia*. 201;140(1):80-83. <https://doi.org/10.1177/1329878X1114000111>
15. Rojas-Torrijos JL. Nuevos horizontes del periodismo deportivo español: primeras revistas para móviles y tabletas en los diarios Marca y Sport. *Fonseca: Journal of Communication*. 2015;10:29-49.

AUTHOR CONTRIBUTIONS

All authors listed have made a substantial, direct and intellectual contribution to the work, and approved it for publication.

CONFLICTS OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

FUNDING

This research received no external funding.

COPYRIGHT

© 2021 by the authors. This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons CC BY 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), meaning that anyone may download and read the paper for free. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms. These conditions allow for maximum use and exposure of the work, while ensuring that the authors receive proper credit.