



**Universidad de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social**

**Trabajo de titulación para optar por el título
de Licenciado en Comunicación Social**

**ANÁLISIS SEMIÓTICO COMPARATIVO DE PROGRAMAS DEPORTIVOS,
SOBRE LA DIFUSIÓN FUTBOLÍSTICA DE CATEGORÍAS JUVENILES, Y SU
RECEPCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN
FÍSICA DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, 2018.**

Autor: Kevin Manuel Lucas Vélez.

Tutor: Lcdo. Tomás Humberto Rodríguez Caguana Msc.

Guayaquil, Ecuador

2018



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIONACIONALENCIENCIAYTECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis semiótico comparativo de programas deportivos, sobre la difusión futbolística de categorías juveniles, y su recepción en los estudiantes de la facultad de educación física de la universidad de Guayaquil, 2018.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Kevin Manuel Lucas Velez		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Lcdo. Tomas Rodriguez Caguana. MSC./ Lcdo. Raul Pinos Pinos MSC.		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Facultad de Comunicación Social		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:			
GRADO OBTENIDO:	Licenciado en Comunicación Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	102
ÁREAS TEMÁTICAS:			
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Semiótica comparativo, Recepción, Jóvenes, Equipos de primera A, Divisiones menores.		
RESUMEN/ABSTRACT	The general objective of this research project is to analyze the comparative semiotic codes of the Copa and Parada Deportiva programs, related to the football diffusion of Youth categories of the First "A" teams, and the reception in the hobby of the University of Guayaquil. , in order to visualize the openness and interest that is given to the players of the minor divisions in said programs. The techniques addressed are: Role change, Projective test, Survey, Intensity scale and Likert scale. On the other hand, the proposal is to make an Audiovisual program about the football diffusion of the second and third category equipment transmitted by a channel on the YouTube platform.		
ADJUNTO PDF:	SI <input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 09591796 34	E-mail: k_lucas3@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Lcdo.Tomas Rodriguez Caguana Msc. Teléfono: 0995916408 E-mail: www.facso.ug.edu.ec		



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 03 de septiembre de 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado Raúl Pinos Pinos, tutor del trabajo de titulación es **"ANÁLISIS SEMIÓTICO COMPARATIVO DE PROGRAMAS DEPORTIVOS, SOBRE LA DIFUSIÓN FUTBOLÍSTICA DE CATEGORÍAS JUVENILES, Y SU RECEPCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN FÍSICA DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, 2018"**. certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por Kevin Manuel Lucas Vélez con C.I. No. 0927398479, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en ciencia de la comunicación, en la Carrera/Facultad, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Lcdo. Raúl Pinos Pinos MSC.

C.C.: 0200513117



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL
USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, Kevin Manuel Lucas Vélez Cortez con C.I. No, 0927398479 certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“ANÁLISIS SEMIÓTICO COMPARATIVO DE PROGRAMAS DEPORTIVOS, SOBRE LA DIFUSIÓN FUTBOLÍSTICA DE CATEGORÍAS JUVENILES, Y SU RECEPCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN FÍSICA DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, 2018”**. son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

Kevin Lucas

Kevin Manuel Lucas Vélez
C.I. No. 0927398479

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899-

Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines

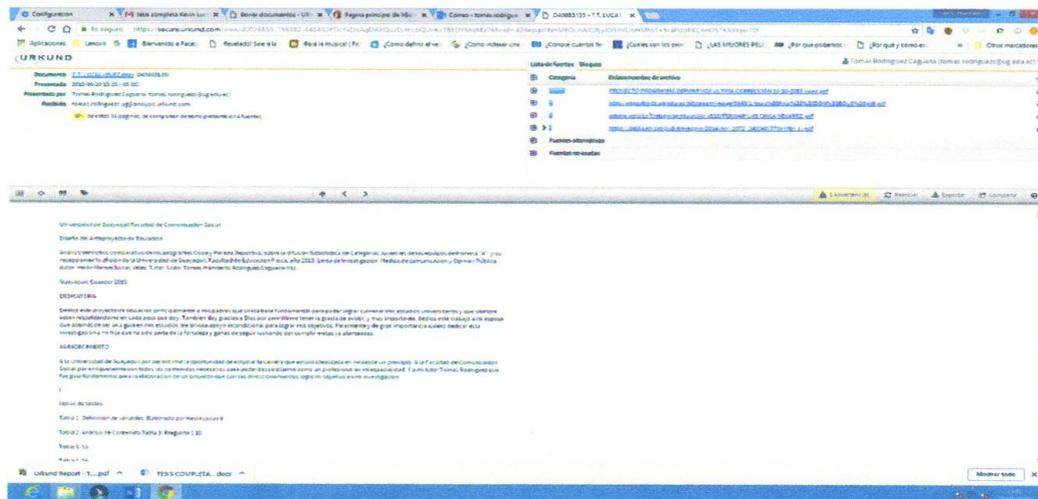


FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

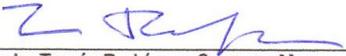
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado Tomás Rodríguez Caguana, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por Kevin Manuel Lucas Vélez, C.C.: 092739847-9, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

Se informa que el trabajo de titulación "Análisis semiótico comparativo de programas Deportivos, sobre la difusión futbolística de Categorías Juveniles y su recepción en estudiantes de la Universidad de Guayaquil, 2018". Ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio URKUND, quedando el 6% de coincidencia.



Atentamente,


Lcdo. Tomás Rodríguez Caguana Msc.
C.I. 0912609711



FACULTAD: Comunicación Social
ESCUELA/CARRERA Comunicación Social
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 24 de Agosto de 2018

Sr.

Lcdo. Julio César Armanza
DIRECTOR DE LA CARRERA
COMUNICACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación título: **"Análisis semiótico comparativo de programas Deportivos, sobre la difusión futbolística de Categorías Juveniles y su recepción en estudiantes de la Universidad de Guayaquil, 2018"**. Del estudiante Kevin Manuel Lucas Vélez indicando que sí ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Lcdo. Tomás Rodríguez Caguana Msc.

C.I.: 021260271-1



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 03 de septiembre de 2018

Sr. Lcdo. Julio Cesar Armanza
DIRECTOR (A) DE LA CARRERA/ESCUELA
FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación "**ANÁLISIS SEMIÓTICO COMPARATIVO DE PROGRAMAS DEPORTIVOS, SOBRE LA DIFUSIÓN FUTBOLÍSTICA DE CATEGORÍAS JUVENILES, Y SU RECEPCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN FÍSICA DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, 2018**". del estudiante Kevin Manuel Lucas Vélez. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de 25 palabras.
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
- La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.
- Los soportes teóricos son de máximo 3 años.
- La propuesta presentada es pertinente.

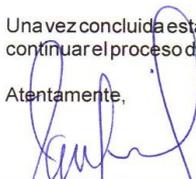
Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante Katherine Nicole Moran Cortez está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,


Lcdo. Raúl Pinos Pinos

C.C. 0200173117

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de titulación principalmente a mis padres que son la base fundamental para poder lograr culminar mis estudios universitarios y que siempre están respaldándome en cada paso que doy.

También doy gracias a Dios por permitirme tener la gracia de existir, y muy importante, dedico este trabajo a mi esposa que además de ser una guía en mis estudios me brinda apoyo incondicional para lograr mis objetivos.

Finalmente y de gran importancia quiero dedicar esta investigación a mi hija que ha sido parte de la fortaleza y ganas de seguir luchando por cumplir metas ya planteadas

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de Guayaquil por permitirme la oportunidad de estudiar la carrera que estuvo idealizada en mi desde un principio.

A la Facultad de Comunicación Social por enriquecerme con todos los contenidos necesarios para poder desarrollarme como un profesional en mi especialidad.

Y a mí tutor Tomas Rodríguez que fue guía fundamental para la elaboración de un proyecto que con sus direccionamientos logre mi objetivo en mi investigación.

Tabla de contenido

PORTADA.....	I
Repositorio Nacional en Ciencia y Tecnología	II
Certificado de aprobación del Revisor.....	III
Renuncia Derechos de Autor	IV
Certificado de Similitud.....	V
Certificación del tutor	VI
Revisión final.....	VII
Dedicatoria	VIII
Agradecimiento	IX
Índice de tablas.	X
Índice de gráfico.	XI
Índice de figuras.	XII
Índice de anexos.	XIII
Resumen.....	XIV
Abstract.....	XV
INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.1 . Formulación y sistematización del problema.....	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	2
1.1.2 Sistematización del Problema.....	2
1.3. OBJETIVOS.....	3
1.3.1. Objetivo General	3
1.3.2. Objetivos Específicos.....	3

1.4. Justificación.....	3
1.5. Delimitación.....	4
1.6. Hipótesis	4
1.6.1 Detectación de variables.....	4
1.6.2. Definición conceptual de las variables	4
1.6.3. Definición real de las variables	5
1.6.4. Definición operacional de las variables... ¡Error! Marcador no definido.	
CAPITULO II	7
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	7
2.2. Bases Teóricas	9
2.2.1. Comunicación	9
2.2.2. Periodismo Deportivo.....	13
2.2.3. Semiótica comparativa.....	15
2.2.4. Recepción.....	18
2.2.5. Análisis de contenidos	21
2.2.6. Estereotipos sociales	24
2.2.7 Interpretación de los procesos descriptivos	26
2.2.8. Nuevas perspectivas teóricas de semiótica comparativa y su recepción	28
2.3. Marco contextual.....	31
2.4. Marco conceptual.....	32
2.5. Marco legal	33
CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	36
3.1. Diseño de la Investigación	37
3.2. Tipo de Investigación	37
3.3. Metodología	37
3.4. Técnicas e instrumentos de investigación.....	37

3.5. Población y Muestra.....	38
3.6. Análisis de Resultados de los instrumentos aplicados.....	39
ANÁLISIS DE RESULTADO	40
Análisis de resultado:	40
Análisis de resultado:	41
Análisis de resultado:	42
Análisis de resultado:	43
Análisis de resultado:	44
Análisis de resultado:	45
Análisis de resultado:	46
Análisis de resultado:	47
Análisis de resultado:	48
Análisis de resultado:	49
Análisis de resultado:	50
Análisis de resultado:	51
Análisis de resultado:	52
Análisis de resultado:	53
Análisis de resultado:	54
Análisis de resultado:	55
Análisis de resultado:	56
Análisis de resultado:	57
Análisis de resultado:	58
Análisis de resultado:	59
3.6.1. Comprobación de hipótesis	60
CAPÍTULO IV. DISEÑO DE PROPUESTA	61
4.1. Propuesta "Futboleros Ec"	61
4.2. Objetivos de la propuesta	61

4.2.1. Objetivo general.....	61
4.2.2. Objetivos específicos	62
4.3. Planeación de la propuesta.....	62
Tabla N °26. Programa Audiovisual	62
4.4. Presupuesto de la propuesta	63
Tabla N °28. Programa Audiovisual	63
4.5. Socialización de la propuesta	64
Tabla N °29. Modelo de la socialización de la propuesta.....	64
4.6. Slogan.....	64
4.7. Afiche.....	65
4.8. Conclusiones.....	66
4.9. Recomendaciones	67
BIBLIOGRAFÍA	68

Índice de tablas

Tabla N°1. Definición operacional de las variables	6
Tabla N°2. Comunicación	9
Tabla N°3. Periodismo Deportivo	16
Tabla N°4. Recepción	20
Tabla N°5. Análisis de resultado	40
Tabla N°6 Análisis de resultado	41
Tabla N°7. Análisis de resultado	42
Tabla N°8 Análisis de resultado	43
Tabla N°9. Análisis de resultado	44
Tabla N°10. Análisis de resultado	45
Tabla N°11. Análisis de resultado	46
Tabla N°12. Análisis de resultado	47
Tabla N°13. Análisis de resultado	48
Tabla N°14. Análisis de resultado	49
Tabla N°15. Análisis de resultado	50
Tabla N°16. Análisis de resultado	51
Tabla N°17. Análisis de resultado	52
Tabla N°18 Análisis de resultado	53
Tabla N°19 Análisis de resultado	54
Tabla N°20. Análisis de resultado	55
Tabla N°21. Análisis de resultado	56
Tabla N°22. Análisis de resultado	57
Tabla N°23. Análisis de resultado	58
Tabla N°24. Análisis de resultado	59
Tabla N°25. Planeación de la propuesta	62
Tabla N°26. Cronograma de actividades	62
Tabla N°27. Presupuesto de la propuesta.....	63
Tabla N°28. Socialización de la propuesta	64

Índice de Gráficos

Gráfico N°1. Comunicación.....	11
Gráfico N°2. Periodismo Deportivo	13
Gráfico N°3. Periodismo Deportivo	14
Gráfico N°4. Recepción	19
Gráfico N°5. Análisis de contenido	23
Gráfico N°6. Nuevas perspectivas en el campo de la semiótica comparativa y su recepción.....	29
Gráfico N°7. Análisis de resultado	40
Gráfico N°8. Análisis de resultado	41
Gráfico N°9. Análisis de resultado	42
Gráfico N°10 Análisis de resultado	43
Gráfico N°11. Análisis de resultado	44
Gráfico N°12. Análisis de resultado	45
Gráfico N°13. Análisis de resultado	46
Gráfico N°14. Análisis de resultado	47
Gráfico N°15. Análisis de resultado	48
Gráfico N°16. Análisis de resultado	49
Gráfico N°17. Análisis de resultado	50
Gráfico N°18. Análisis de resultado	51
Gráfico N°19. Análisis de resultado	52
Gráfico N°20. Análisis de resultado	53
Gráfico N°21. Análisis de resultado	54
Gráfico N°22. Análisis de resultado	55
Gráfico N°23. Análisis de resultado	56
Gráfico N°24. Análisis de resultado	57
Gráfico N°25. Análisis de resultado	58
Gráfico N°26. Análisis de resultado	59

Índice de figuras

Figura N°1. Semiótica comparativa.....	17
--	----

Índice de anexos

Anexo N°1. Fotos de trabajo de campo	71
Anexo N°1. Fotos de trabajo de campo	72
Anexo N°2. Encuestas	73
Anexo N°2. Encuestas	74
Anexo N°2. Encuestas	75
Anexo N°2. Encuestas	76
Anexo N°2. Encuestas	77
Anexo N°2. Encuestas	78
Anexo N°2. Encuestas	79
Anexo N°2. Encuestas	80
Anexo N°2. Encuestas	81
Anexo N°2. Encuestas	82
Anexo N°3. Aval académico	83



FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

“ANÁLISIS SEMIÓTICO COMPARATIVO DE PROGRAMAS DEPORTIVOS, SOBRE LA DIFUSIÓN FUTBOLÍSTICA DE CATEGORÍAS JUVENILES, Y SU RECEPCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN FÍSICA DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, 2018”.

Autor: Kevin Manuel Lucas Velez

Tutor: Lcdo. Tomas Rodríguez Caguana. Msc.

Resumen

El proyecto de esta investigación tiene como objetivo general analizar los códigos semióticos comparativos de los programas Copa y Parada Deportiva, relacionados con la difusión futbolística de categorías Juveniles de los equipos de Primera “A”, y la recepción en la afición de la Universidad de Guayaquil, con el fin de visualizar la apertura y el interés que se le da a los jugadores de las divisiones menores en dichos programas. Las técnicas abordadas son: Cambio de rol, Test proyectivo, Encuesta, Escala de Intensidad y Escala de Likert. Por otro lado la propuesta es realizar un programa Audiovisual sobre la difusión futbolística de los equipos de segunda y tercera categoría transmitido por un canal en la plataforma YouTube.

Palabras claves Semiótica comparativo, Recepción, Jóvenes, Equipos de primera A, Divisiones menores.



FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

"SEMIOTIC COMPARATIVE ANALYSIS OF SPORTS PROGRAMS, ON THE SOCCER DIFFUSION OF YOUTH CATEGORIES, AND THEIR RECEPTION IN THE STUDENTS OF THE FACULTY OF PHYSICAL EDUCATION OF THE UNIVERSITY OF GUAYAQUIL, 2018"

Author: Katherine Nicole Moran Cortez

Tutor: Lcdo. Jorge Rubianes Morales. Msc.

Abstract

The general objective of this research project is to analyze the comparative semiotic codes of the Copa and Parada Deportiva programs, related to the football diffusion of Youth categories of the First "A" teams, and the reception in the hobby of the University of Guayaquil. , in order to visualize the openness and interest that is given to the players of the minor divisions in said programs. The techniques addressed are: Role change, Projective test, Survey, Intensity scale and Likert scale. On the other hand, the proposal is to make an Audiovisual program about the football diffusion of the second and third category equipment transmitted by a channel on the YouTube platform.

Keywords: Semiotics, Reception, Youth, First A Teams, Minor Divisions.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se puede reflejar ciertos paradigmas en la estructura de los contenidos de diversos programas deportivos en la televisión al momento de difundir la información con respecto a los futbolistas profesionales, categorizando los niveles en el ámbito del fútbol y excluyendo la trayectoria de los futbolistas juveniles de los equipos de primera A.

La difusión de información por parte de los medios de comunicación tiene un impacto social, debido a que los receptores lo interpretan de acuerdo a su conocimiento y experiencia que a su vez provocan distintas reacciones, opiniones, discusiones, etc. Que fomentan la comunicación interpersonal.

Es importante el análisis semiótico comparativo de programas deportivos, porque se visualiza el interés y el espacio que se les da a los jugadores de las divisiones menores dentro de los medios de comunicación.

El análisis de dos programas deportivos se desarrolla durante un proceso que implica la recepción del contenido visualizado por parte del individuo, y de acuerdo a la ideología y cultura de cada persona se direccionan los puntos de vista.

La recepción en los estudiantes universitarios se la define como una cualidad que implica jerarquizar, sintetizar y discernir la información para el correcto uso del contenido, Para esto los programas deben establecer diferentes niveles de consumo para que el público tenga diversidad al momento de escoger espacio informativo que se encuentre alineado a sus gustos.

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Este trabajo permite investigar las diferentes perspectivas que se da en los estudiantes de la facultad de educación física de la universidad de Guayaquil, sobre el contenido de los programas deportivos, “Copa y Parada deportiva”, en la transmisión de contenidos, sobre la trayectoria de los futbolistas juveniles, que se realizan en las divisiones menores de los equipos de primera categoría.

En esta investigación se puede analizar el nivel de recepción de los programas “Copa y Parada deportiva” en los estudiantes de la facultad de educación física universidad de Guayaquil, sobre el conocimiento que tienen de los trabajos desarrollados durante el proceso formativo de los jugadores jóvenes, y el acogimiento que los seguidores le dan a la programación.

1.1. FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1 Formulación del Problema

¿Cómo se genera el análisis semiótico comparativo de programas deportivos, sobre la difusión futbolística de categorías Juveniles, y su recepción en los estudiantes de la facultad de educación física de la Universidad de Guayaquil?

1.1.2 Sistematización del Problema

-¿Cuáles son los elementos conceptuales que vinculan el análisis semiótico comparativo, y los estudios de recepción?

-¿Cuáles son los métodos y técnicas más recurrentes que permiten relacionar el análisis semiótico comparativo con la recepción de contenidos?

-¿Cuál es la situación actual de los procesos semióticos comparativos de programas deportivos, sobre la difusión futbolística de Categorías Juveniles, y su recepción en los estudiantes de la facultad de educación física de la Universidad de Guayaquil?

-¿Qué principios básicos debe contener una propuesta que fortalezca el análisis semiótico comparativo, a partir de la recepción de contenidos de programas deportivos?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Analizar comparativamente los códigos semióticos de los programas “Copa y Parada deportiva”, relacionados con la difusión futbolística de categorías Juveniles, y su recepción en los estudiantes de la facultad de educación física de la universidad de Guayaquil, año 2018.

1.3.2. Objetivos Específicos

A) Conceptualizar las principales teorías que vinculan el análisis semiótico comparativo y los estudios de recepción.

B) Determinar los métodos y técnicas más recurrentes que permitan la relación del análisis semiótico comparativo, con la recepción de contenidos.

C) Diagnosticar el estado actual de los procesos semióticos comparativos de los programas “Copa y Parada Deportiva” referente a la difusión futbolística de categorías Juveniles, y su recepción en los estudiantes de la facultad de educación física de la universidad de Guayaquil.

D) Diseñar un programa audiovisual de contenido futbolístico y trayectorias de jugadores juveniles de los equipos de primera, segunda y tercera categoría transmitido por un canal en la plataforma YouTube.

1.4. JUSTIFICACIÓN

El fútbol actualmente es el deporte más sugerente para muchos jóvenes aficionados, es por esto que ésta investigación toma importancia porque se requiere seguir analizando los contenidos de programas deportivos referente a la difusión futbolística de categorías juveniles, y su recepción comunicacional.

Esta investigación es relevante porque los contenidos de programas deportivos en la difusión futbolística de categorías juveniles, requieren ser comparados por los estudiantes de la facultad de educación física de la universidad de Guayaquil.

Esta investigación es novedosa porque si bien la difusión futbolística de los programas deportivos y su recepción en los jóvenes han sido abordadas en anteriores investigaciones, no se han analizado en la facultad de educación física.

1.5. DELIMITACIÓN

Este proyecto que lleva como nombre “Análisis Semiótico comparativo de programas deportivos, sobre la difusión futbolística de categorías juveniles, y su recepción en los estudiantes de la facultad de educación física de la Universidad de Guayaquil”, encuentra su delimitación en las siguientes disciplinas; requiere de la semiótica por que estudia las características generales de los signos como principio de la interpretación humana.

La investigación toma criterios de la teoría de la Comunicación porque con ella analiza la capacidad de intercambio de información que se da en los seres humanos, y la forma en que controla su entorno a través del recurso de la información.

El trabajo utiliza contenidos de la Agenda Setting, ya que con ellos se estudia la influencia que tienen los medios de comunicación sobre la audiencia, al determinar los temas de interés informativos y el tiempo y espacio que se les da.

1.6. HIPÓTESIS

El análisis semiótico comparativo de programas deportivos se genera a través de procesos descriptivos que muestran representaciones iconográficas, y aportan a la recepción y determinación de criterios en los estudiantes universitarios.

1.6.1 DETECTACIÓN DE VARIABLES

- a) Semiótica comparativa , b) Recepción

1.6.2. DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES

En el artículo *Una perspectiva semiótica de la interpretación musical* se destaca:

Visto desde una perspectiva semiótica, puede ser comparado con el procedimiento que Peirce denominó semiosis y describió como “Una acción, una influencia que sea, o suponga, una cooperación de tres sujetos, como, por

ejemplo, un signo, su objeto y su interpretante (Asdrúbal, Guzmán Cit. a Eco, 2013, p. 7.Colombia).

En el artículo *Medios de comunicación y la estructuración de las audiencias masiva* mencionan:

La reconstrucción del contexto de recepción, es decir, la naturaleza y la relación entre los entornos microsociales y macrosociales de comunicación, requería y representaba, por tanto, una respuesta multidimensional, que ha tenido su base en la creciente caracterización empírica de los contextos de recepción y la construcción de categorías a partir de la subjetividad de los receptores. De ahí los intentos conceptuales y metodológicos para dar cuenta de los procesos y las escalas que intervienen como dimensiones en los procesos de recepción (Gonzales, 2014.Mexico).

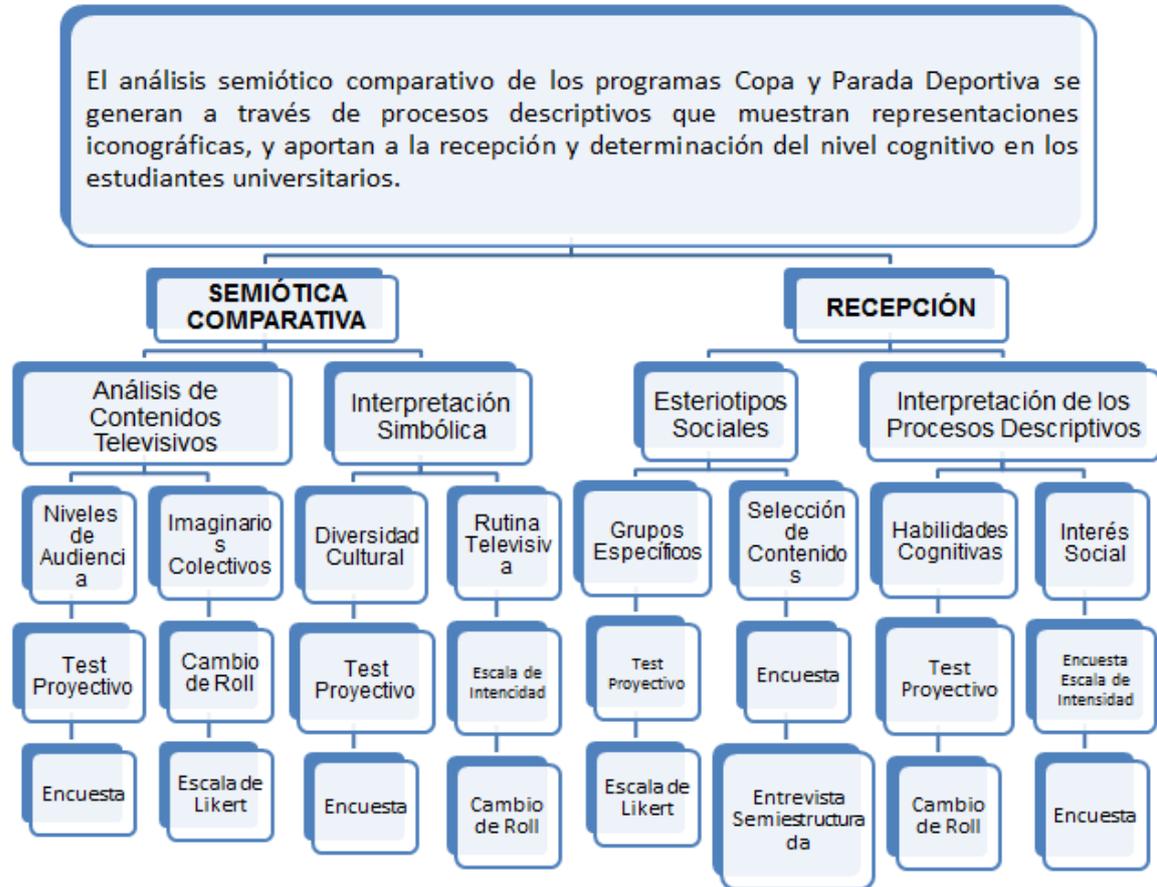
1.6.3. DEFINICIÓN REAL DE LAS VARIABLES

La Semiótica comparativa es la ciencia que genera los mensajes simbólicos con el fin de interpretar y analizar ciertos objetos y de esta forma reconocer y decodificar los diversos contenidos que se da en los programas deportivos, en la facultad de educación física de la Universidad de Guayaquil.

La recepción es el proceso interpretativo en el que implica la decodificación de la información para el uso del contenido transmitido, además el receptor construye un concepto diferente del mensaje de acuerdo a las capacidades cognitivas, ideología y cultura.

1.6.4. Definición operacional de las variables

Tabla N° 1 Definición operacional de las variables.



Elaborado por: Autoria propia

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se abordan los principales estudios y teorías que se han encontrado acerca de esta investigación, que son esenciales para la construcción y fortalecimiento del proceso de la misma.

2.1 Antecedentes de la Investigación

En este epígrafe se estipulan los antecedentes de la investigación que aportan al desarrollo del proyecto.

En el artículo Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting, escrito por José María Rubio Ferreres. Una mirada constructivista expresa:

Los medios, al describir y precisar la realidad externa, presentan al público una lista de todo aquello en torno a lo que tener una opinión y discutir (...) El presupuesto fundamental de la agenda setting es que la comprensión que tiene la gente de gran parte de la realidad social es modificada por los medios. (Rubio cit. a Shaw 2009, p 10. España).

Se puede reflejar que los medios de comunicación al tratar de introducirse en una realidad de interés público, muestran una serie de información a la audiencia para generar "opinión". Pero la base de la agenda setting es que el contenido que los receptores que tienen acerca de una realidad es cambiada por los medios de acuerdo a su lineamiento.

En el artículo Dimensiones Sociales y Ambientales que Influyen en la Trayectoria de Futbolistas Juveniles se manifiesta:

[...] "La Iniciación deportiva es un proceso de enseñanza-aprendizaje, seguido por un individuo para la adquisición de la capacidad de ejecución práctica y conocimiento de un deporte". (Capetillo cit. a Hernández et al. 2006, p 8.España). De esta forma se interpreta que el proceso abarca desde que el individuo inicia una etapa en el deporte de su interés, en el cual su capacidad va aumentando de manera progresiva de acuerdo a su aptitud, hasta que finalmente logra ejecutarlo

de manera favorable a su desarrollo físico-mental, y con el transcurso del tiempo aumenta el conocimiento hacia el deporte.

En el libro Encuentros Contemporáneos, Umberto Eco y el Fútbol se sustenta:

El fútbol es más que un juego, es un sistema de signos que codifica las experiencias y le da significados a diversos niveles. Permite al espectador leer la vida con ayuda de los recursos mediáticos que orientan y controlan nuestra visión de las experiencias. (Eco, 2004, p4.España).

Los múltiples códigos que tiene el fútbol son interpretados de distinta forma, por la variedad de aficionados, en consecuencia esta actividad pasa de ser solo un juego a entorno en el que se desarrolla un proceso mediático. El fútbol se ha convertido en uno de los deportes más populares que permiten relacionar a las personas, y a la incrementación de la industria económica.

En el artículo Medios de Comunicación Educación informal y aprendizajes sociales se sustenta:

[...] “Los mensajes en sus distintos géneros y medios procedentes de los medios de comunicación con sus múltiples manifestaciones como vía de modernización de las instituciones educativas y en la búsqueda de una enseñanza de calidad emancipadora valorativa”. (Sevillano, 2000, p 386.España). La difusión de información por parte de los medios de comunicación tiene un impacto social, debido a que los receptores lo interpretan de acuerdo a su conocimiento y experiencia que a su vez provocan distintas reacciones, opiniones, discusiones, etc. Que fomentan la comunicación interpersonal.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Comunicación

En este apartado se establecerán las distintas investigaciones tomadas por varios autores que permiten discernir otras vertientes de la comunicación en la sociedad.

En el artículo *Medios de Comunicación de masas, educación informal y aprendizajes sociales* se manifiesta:

Es cierto que la televisión ha democratizado considerablemente la divulgación del saber, pero también ha contribuido a trivializar muchos debates creando estereotipos, estimulando la afición a determinados temas y cultivando una cierta sensibilidad que, a menudo, raya con lo morboso, cayendo en la demagogia de la audiencia, esa tendencia consiste en darle al público lo que, supuestamente, este demanda. (Liceras cit. a Díaz, 2012, p. 7.Granada).

La televisión es el medio por el cual las personas pueden acceder a información de una manera amplia, pero de la misma forma este medio maneja la estructura y los contenidos informativos de acuerdo a su conveniencia ideológica, de ésta forma es controlada la programación, y el público debe conformarse.

En el artículo *Los programas de televisión deportivos y su relación con la audiencia social en Twitter en España* se manifiestan:

Tabla Nº 2. Características de los programas deportivos más comentados en Twitter

Nombre programa	Cadena	Franja	Posición pgm en su franja	Share TV
Liga 2014-2015 (Granada-Real Madrid)	Canal + y Gol	Tarde	>15	6,0%
Liga 2014-2015 (FC Barcelona - Celta de Vigo)	Canal +	Tarde	>15	4,8%
Gran Premio de F1 Clasificación (GP EEUU)	Antena 3	Tarde	4	8,9%
Gran Premio de F1 (GP EEUU)	Antena 3, TV3	Tarde	1	16,9%
UEFA Champions League (Real Madrid-Liverpool)	La 1	Noche 1	1	33,0%
UEFA Champions League (Ajax-Barcelona)	Canal +	Noche 1	>15	4,4%

Gran Premio F1 Libres (GP de Brasil)	Neox	Sobremesa	13	1,6%
Liga 2014-2015 (Real Madrid-Rayo Vallecano)	Canal + y Gol Tv	Tarde	>15	5,5%
Liga 2014-2015 (Almería-FC Barcelona)	Canal + y Gol Tv	Tarde	>15	4,8%
Gran Premio F1 Clasificación (GP Brasil)	La Sexta, TV3	Sobremesa	4	8,2%
Mundial de motociclismo (GP Valencia)	Telecinco	Mañana	1	22,5%
Gran Premio F1 (GP de Brasil)	Antena 3 y TV3	Sobremesa	1	17,6%
La goleada	13tv	Noche 2	14	1,5%
El chiringuito de jugones	Neox	Noche 2	7	3,4%
Clasificación Eurocopa 2016 (España-Bielorrusia)	La 1	Noche 1	1	29,5%
Liga Adelante 2014-2015 (Osasuna-Poferradina)	La Sexta	Tarde	6	5,3%
El chiringuito de jugones	Neox	Noche 2	6	2,5%
Partido amistoso (España-Alemania)	Cuatro	Noche 1	1	26,7%
Gran Premio F1 Libres (GP Abu Dhabi)	Neox	Mañana	14	1,3%
Liga 2014 (FC Barcelona- Sevilla)	Canal +	Noche 1	>15	4,6%
Liga 2014 (Eibar - Real Madrid)	Canal + y Gol	Tarde	>15	6,1%
Gran Premio F1 Clasificación (GP Abu Dhabi)	Antena 3	Mañana	1	16,9%
Gran Premio F1 (GP Abu Dhabi)	Antena 3	Mañana	1	26,0%
UEFA Champions League (Apoel-Barcelona)	La 1	Noche 1	1	21,1%

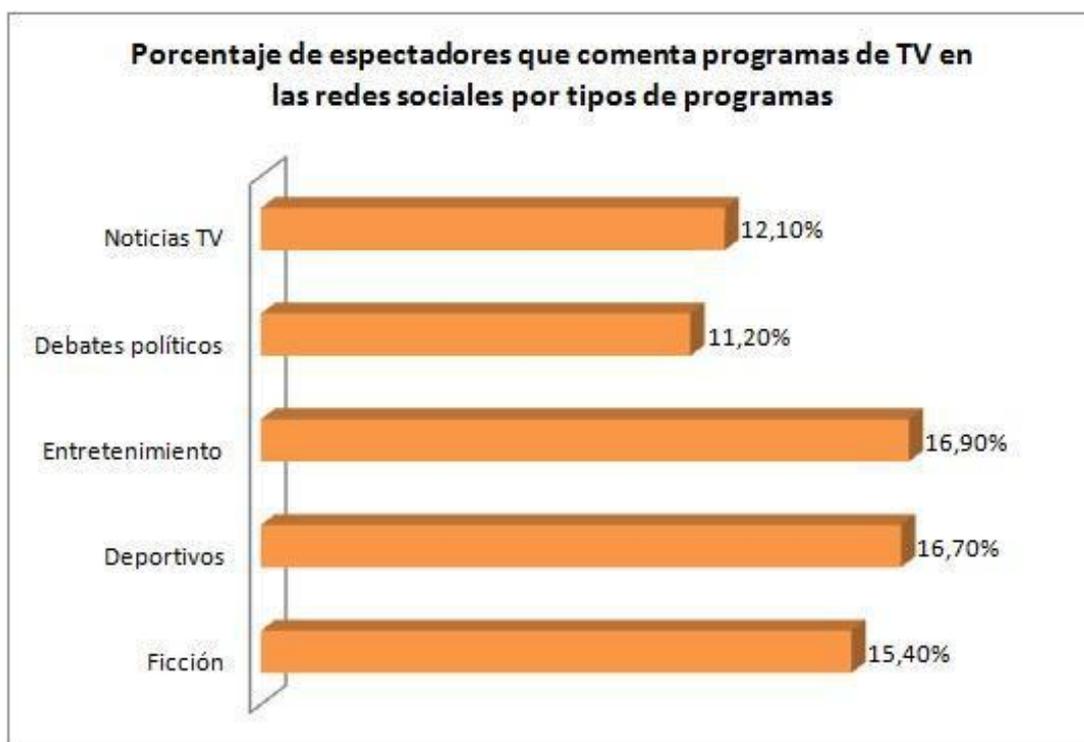
(Gallardo et al. 2016, p. 278-280.España).

Teniendo en cuenta que uno de los deportes más practicados, visualizados y comentados es el fútbol se puede analizar cuáles son las competencias de mayor expectativa, quedando en los primeros lugares el gran campeonato europeo UEFA Champions league, el cual es visualizado por la mayor parte de los televidentes. En la tabla se puede observar que la liga española junto con la liga

inglesa es visualizada por los futboleros pero en menor porcentaje que la Liga de campeones.

En el artículo *Comportamiento de la audiencia de televisión en las redes sociales. Una aproximación al perfil y programas más comentados* se sostiene:

Gráfico N° 1. *Porcentaje de espectadores que comenta programas de TV en las redes sociales por tipos de programas*



(Gómez et al. 2015, p. 545. Madrid, España).

En este gráfico se logra apreciar que una de las áreas en donde más se concentra el público y los cuales emiten comentarios por medio de las redes sociales se trata de los deportes, que es un segmento que tiene popularidad y engancha al espectador.

Despejando un poco esta actividad tan extensa se puede analizar que el fútbol principalmente es el deporte que más se visualiza y comenta a través de los medios digitales.

El primer requisito de un mensaje eficaz, por consiguiente, es que se relacione con una de nuestras necesidades de la personalidad, las necesidades de seguridad, condición, la sensación de pertenecer, la comprensión, estar libres de represión, el amor, estar libres de ansiedades, etc. Debe despertar un impulso". (Schramm, 1994,13.Estados Unidos)

Cuando un mensaje llega al televidente y le hace creer que padece de una necesidad, este tratará de satisfacerla a como dé lugar, consiguiendo que se vincule o se relacione a dicho material. El poder de la información genera desordenes en cualquier ámbito y aspecto del ser humano; por consiguiente, las consecuencias de un mensaje enviado y receptado de forma correcta serán evidentes.

En el estudio El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica se ha podido extraer:

Hablar sobre la comunicación en un contexto personal es, en parte, referirse a la forma en que la gente aprende (...) el hombre no es un animal que pueda bastarse a sí mismo. Necesita comunicarse con los otros para poder influir en la conducta de los demás, de acuerdo con sus propósitos. Al comunicarnos tenemos que prever cómo se habrán de conducir las otras personas". (Berlo, 2000, 65-117.España)

La comunicación es una necesidad que se tiene que satisfacer, este proceso en el que participa un emisor, receptor y mensaje ayuda a la masificación de contenido informativo, y de esta forma la sociedad logra adquirir nuevos conocimientos. Por naturaleza, el hombre siente el deseo de relacionarse con su entorno, en este proceso la interacción se vuelve un hábito del cual el ser humano necesita para su tranquilidad.

A partir de lo anteriormente indicado, este párrafo define a la comunicación como el acto de intercambio de símbolos y opiniones mediante cualquier forma de expresión ya sea corporal o por medio del habla haciendo de este un proceso diario y dinámico en el día a día.

2.2.2. Periodismo Deportivo

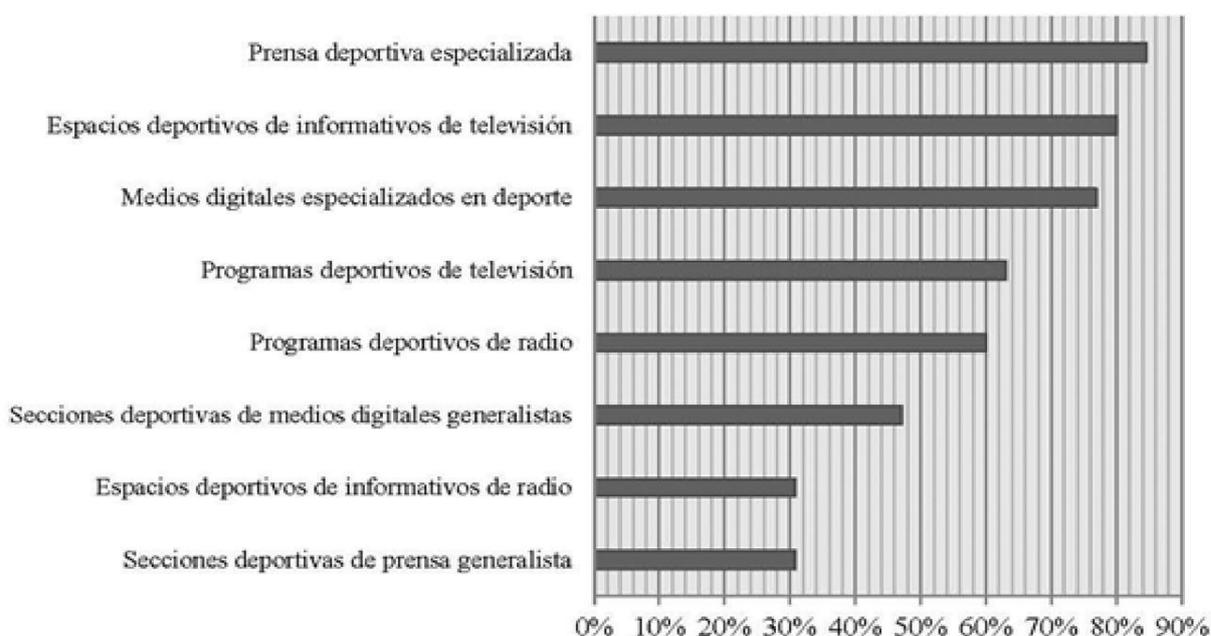
En este trabajo quedan expuestos los principales aportes de la ciencia del Periodismo Deportivo:

En tesis *Estudio del tratamiento del concepto de imparcialidad en las Mundo Deportivo y Sport* se sustenta:

[...] ““resulta complicado saber hasta qué punto los medios pueden influir en las conductas de los espectadores, jugadores, entrenadores o dirigentes futbolísticos, antes, durante o después de los partidos de fútbol” (Yifei cit. a Muñoz 2014, p. 7.Estados Unidos). Es complicado descifrar el grado hasta el que los medios influyen en los aficionados deportivos, el periodismo deportivo llega a ocasionar diferentes direccionamientos en los seguidores de este deporte, y se siguen dando paradigmas que provocan que los espectadores pierdan el interés por ciertos temas.

En el artículo *El reto formativo en tecnologías para el periodismo deportivo* se manifiesta:

Gráfico N°2. *El reto formativo en tecnologías para el periodismo deportivo.*

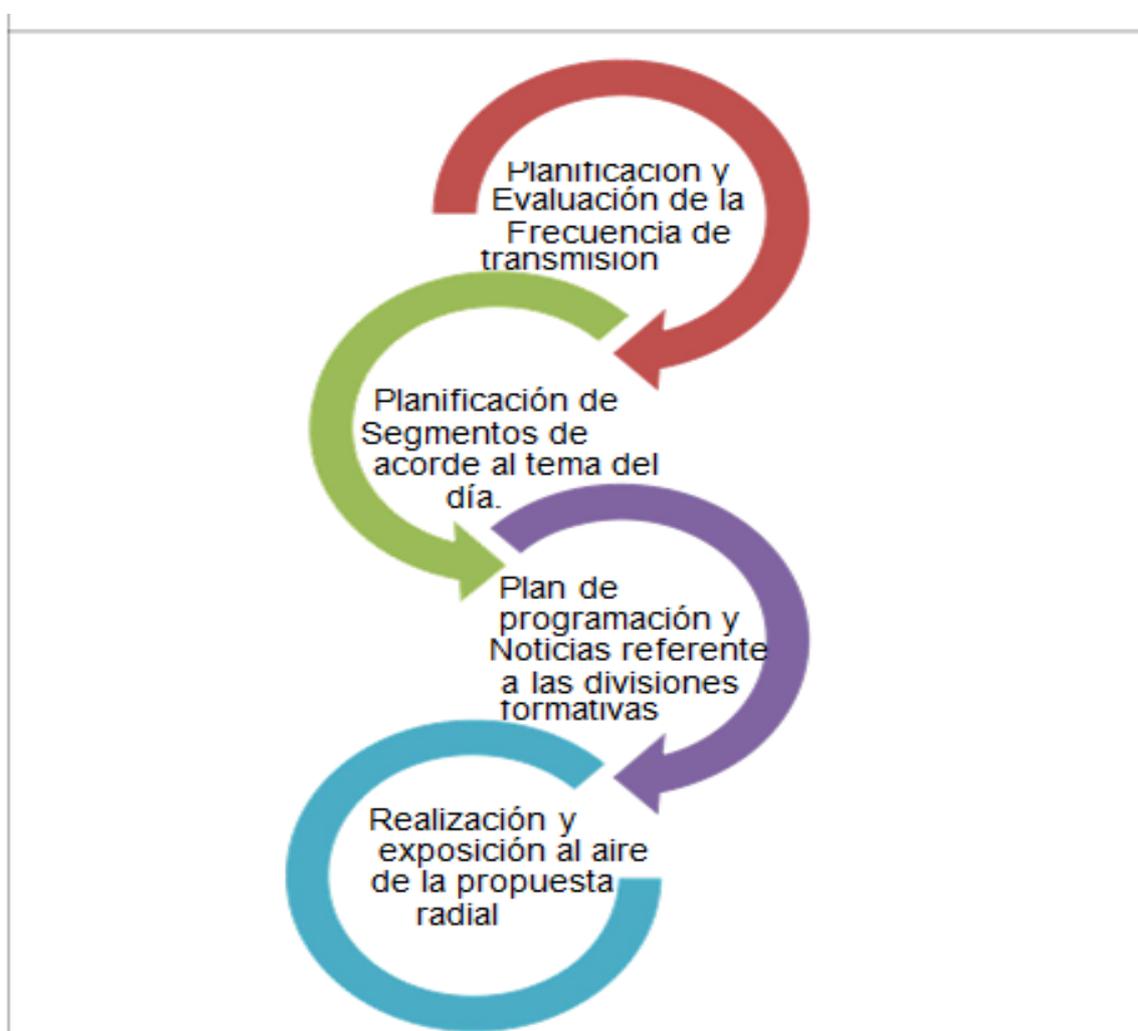


(Méndez 2015, p.8.Sevilla, España).

En primer lugar se puede visualizar en el gráfico el espacio que se le da a los programas deportivos en los medios más importantes, los deportes en especial el fútbol son mayormente visualizados, es claro que el periodismo deportivo es esencial para aumentar los niveles de rating, pero la distinta forma de estructurar un programa de deportes hace que el receptor se interese o no.

En la tesis de grado *análisis de los programas deportivos radiales que ayuden a promocionar las aptitudes deportivas existentes en las divisiones inferiores de los equipos del astillero 2015 – 2016* se indica:

Gráfico N°3 *análisis de los programas deportivos radiales que ayuden a promocionar las aptitudes deportivas existentes en las divisiones inferiores de los equipos del astillero.*



(Crespo 2015, p.21, Ecuador).

En el gráfico se evidencia una estructura de un programa radial donde está como prioridad dar a conocer aptitudes y actitudes de los futbolistas, que va a ayudar a que los oyentes puedan ir identificando cualidades de deportistas juveniles de equipos profesionales. Claramente es una propuesta en la que se implementa una estrategia que tiene como objetivo dar apertura a futbolistas jóvenes.

En el artículo *Estructuras Sintácticas y Léxicas para Designar los Elementos del Evento Futbolístico* se expresa:

Los eventos deportivos han cobrado cada vez mayor importancia en el marco de la información masiva. Los medios de comunicación como radio, televisión, así como prensa escrita y electrónica, les dedican cada vez más espacio; incluso hay medios que se han especializado en deportes, ya que éstos constituyen una fuente inagotable de noticias (Quintero cit. a Medina 2015, p. 246.Chile).

Los deportes tiene un grado alto de interés e importancia para la audiencia, a través de los tiempos los medios de comunicación lo han implantado y le dedican más tiempo debido a su gran acogida, es por esto que ciertos medios han tomado la idea de formarse netamente en el área deportiva porque constantemente genera noticia. Pero es allí cuando los medios de acuerdo a sus ideologías direccionan la información de acuerdo a sus intereses.

El periodismo deportivo es la actividad que tiene como base la recolección de información verificada que permita mantener al público al tanto de los deportes, actualmente los medios de comunicación necesitan llenar espacios con programas relacionados a los deportes debido a que es de gran demanda. No cabe duda que el periodismo deportivo ha llevado a incrementar los niveles de rating en los medios de comunicación es por esto que esta ciencia es muy deseable.

2.2.3. Semiótica comparativa

Este epígrafe toma importancia porque está articulando los referentes teóricos de la Semiótica comparativa.

En el artículo *"Análisis semiótico comparativo de productos y contenidos que generan los medios de comunicación masiva sobre temáticas de seguridad pública. Caso Guayaquil, Ecuador se expresa:*

La imagen tiene dos características que la tipifican. La primera es la figuratividad que consiste en que todo aquello que la imagen representa y muestra a los receptores son seres, cosas o realidades del mundo exterior, reconocibles a través del sentido de la vista y con un nombre en el repertorio del lenguaje oral. La otra característica de la imagen es la iconicidad que estriba en el mayor o menor realismo o parecido de una imagen con el objeto representado. (Rodríguez, cit. a González, 2013. Ecuador)

En este artículo se observa como la imagen se puede estandarizar de dos formas. La primera explica la forma en como los receptores perciben y codifican la imagen de forma realista por medio de la visibilidad, y dando significado lingüístico. La otra característica se refiere al grado de semejanza de la imagen, la relación de apariencias entre la propia imagen y su objeto.

En La tesis *Lectura Semiótica Comparativa entre los discursos deportivos de Gama tv y Copa Rts* observa:

Tabla N^o 3. Tabla de datos de tiempos de distribución del programa "copa" de rts fútbol nacional

TIEMPO	TORNEOS/EQUIPOS	OTROS SEGMENTOS
2 MINUTOS	FUTBOL DE MEXICO: AMERICA, SANTOS, PACHUCA, MORELIA, SAN LUIS, MONTERREY	TOP 5/ INFORMES INTERNACIONALES PREVIA PARTIDOS IMPORTANTES
2.30 MINUTOS	FUTBOL INGLES/ O COPA	
3.30 MINUTOS	FUTBOL ESPANOL/ O CHAMPIONS LEAGUE	
2 MINUTOS	FUTBOL DE ITALIA/ O COPA	
2 MINUTOS	FUTBOL DE BRASIL, RUSIA, ARGENTINA,	
TOTAL: 12 MINUTOS		

(Guerra, 2014, p. 44, Ecuador)

Según los datos de la tabla, se muestra el espacio otorgado a los programas deportivos a los equipos de la costa al momento de transmitir diversos contenidos. Pero en los últimos tiempos debido a que los equipos de la Sierra han obtenido logros se están ganando mayor tiempo en los medios deportivos, sin dejar de lado que este tipo de programas categoriza la información de acuerdo a la cantidad de aficionados por equipo.

En el proceso de la comunicación es importante tener en cuenta que la semiótica es base fundamental que aporta al desarrollo de la recepción, esta ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos explica las maneras de interpretación del entorno y de elaboración y difusión de conocimientos.

En el artículo *fotografía y semiótica: una introducción mínima* se manifiesta:

Figura N° 1. **Explicación de la semiótica**



(Colorado, 2013, p.3.Mexico)

El gráfico explica la definición de estos elementos, dejando claro que el significante es el objeto físico siendo la herramienta que se utiliza de forma verbal o escrita para poder emitir una idea, un concepto a la persona que receptorá la información, mientras que el significado es la idea que se produce cuando se dice

una palabra, aquello a lo que se está refiriendo dentro del mundo real cuando se habla.

En el artículo *Cuadro Comparativo pensadores de la semiótica* se indica:

La semiótica no ha de considerarse solamente como teoría de los signos si también como una metodología de la práctica de los signos. Siendo la semiótica una disciplina en crecimiento con muchas aplicaciones a espacios actuales donde se produce y percibe sentido, es un instrumento o técnica elegido para de análisis de infinidad de textos (perceptivos y representativos) (Chacón, cit. a Eco 2014, p. 2.Venezuela)

A partir de lo anteriormente indicado, este párrafo define a la semiótica Comparativa como la ciencia que permite analizar ciertos objetos de acuerdo a la aplicación de los signos y símbolos y elaborar una diferencia que permitirá evaluar y reconocer diversos objetos de estudio, de tal forma que se pueda decodificar y evaluar el contenido de los mismos.

2.2.4. Recepción

Lo anterior nos lleva a abordar las teorías de la recepción, como uno de los elementos principales de esta investigación.

En el artículo *La Recepción de Narcotelenovelas por Jóvenes de la Ciudad de Bogotá* se expresa:

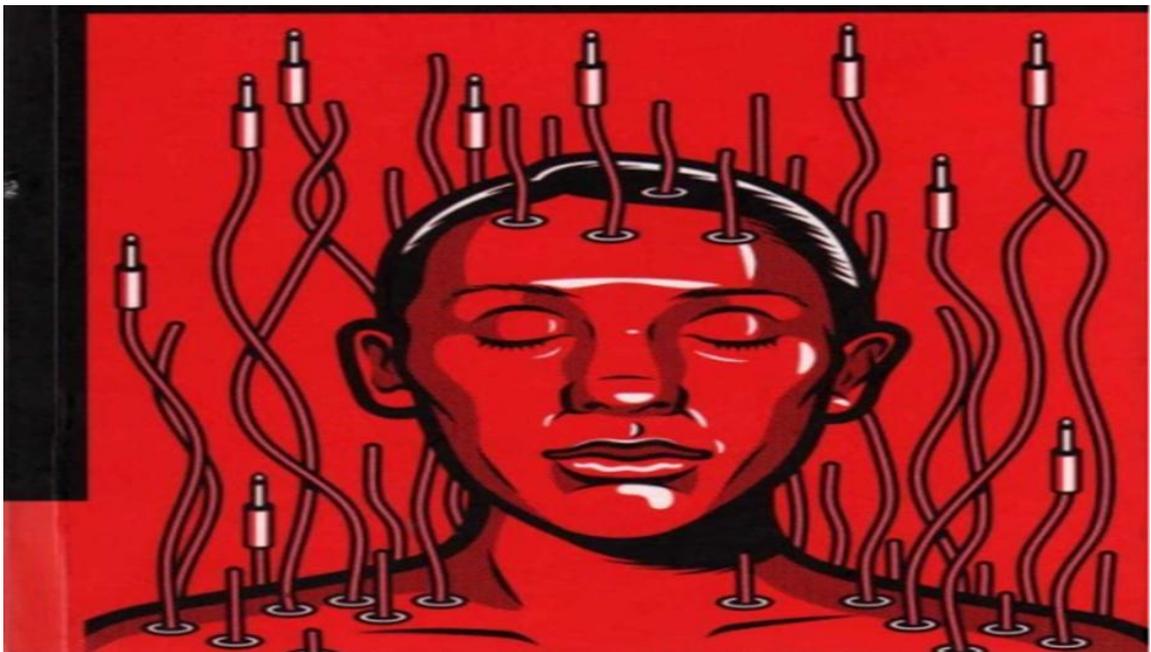
Las imágenes difundidas por la televisión (representaciones) y del tiempo transcurrido en la inmovilidad frente al receptor (un comportamiento) debe completarse con el estudio de lo que el consumidor cultural "fábrica" durante estas horas y con estas imágenes. Por lo tanto, por medio de diferentes "maneras de hacer en el propio interior del orden sociopolítico, el hombre común se reapropia del espacio organizado por los técnicos de la producción sociocultural. (Moreno Cit. a, De Certeau, 2016, P. 30.Colombia).

De acuerdo a lo citado se puede observar que al momento de la transmisión de contenido televisivo dadas por representaciones, el receptor debe asociar el

contenido y de producirlo según su ideología cultural. Por tal motivo se debe consumir la información adquirida, considerando sus lineamientos generales, esto genera una prioridad del contenido por parte del televidente.

Otro aporte fundamental se encuentra en el libro *Una coartada metodológica* que manifiesta:

Gráfico N°4 *Estudios de recepción en América Latina: más allá de las audiencias.*



(Orozco, 2010, p13.Colombia)

Se visualiza las múltiples influencias que emite una persona debido al exceso de información que ejercen los medios de comunicación en la sociedad, poder que cada uno emite sobre ellos transforma las diversas formas de su conducta.

Otro aporte fundamental se encuentra en el libro *Prácticas de recepción televisiva* que expone:

Tabla N°4. *Prácticas de recepción televisiva*



(Muñoz, 2012 p.127.Chile).

La televisión es un principal autor que se asocia con la acción que realizan los jóvenes, mostrándoles segmentos innovadores de deportes con lo cual el joven empieza a desarrollar una actividad fuera de su rutina de estudios y la de su hogar. Aunque la mayoría de jóvenes se inclinan por el fútbol la televisión les muestra actividades deportivas diversas.

La recepción de programas en televisión, fomenta actividades de estudios y aprendizaje que a su vez enseña valores, aunque esto depende de la motivación o influencia que tenga el programa en los jóvenes y estos tengan preferencia para un programa.

En el artículo El Estudio de la Recepción Televisiva desde la perspectiva de la Ciudadanía Organizada se expresa:

[...] “No sólo los medios cambian, los sujetos receptores también. Ambos se transforman y su apreciación dinámica se mantiene en continuo movimiento, lo que siempre constituye un desafío para la investigación en comunicación” (Rosique Cit. a, Orozco, 2013, p. 214.Colombia). A diario la demanda de contenido informativo cambia de acuerdo al avance tecnológico y cultural, los medios generan información de interés público el cual será valorado por la audiencia y desechado si este fuera el caso, sin embargo ambos lados evolucionan de esta manera indirectamente se fomenta la investigación.

A partir de lo anteriormente indicado, este párrafo define a la recepción como una cualidad que implica jerarquizar, sintetizar, discernir la información para el correcto uso del contenido. Para esto los programas deben establecer diferentes niveles de consumo para que el público tenga diversidad al momento de escoger espacio informativo que se encuentre alineado a sus gustos.

2.2.5. Análisis de contenidos

En este epígrafe se logra observar las principales definiciones del análisis de contenidos, con el objetivo de abordar bases teóricas para sustentar la información adquirida.

En el texto *Análisis de contenido, una introducción* se puede visualizar:

[...] “El Análisis de Contenido es la técnica que permite investigar el contenido de las comunicaciones mediante la clasificación en categorías de los elementos o contenidos manifiestos de dicha comunicación o mensaje. Una definición aceptada pese a su generalidad es la definición de Análisis de contenido de Bernard Berelson. El Análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Aigeneren cit a Berelson, 2013, 4.Colombia)

Se puede considerar que por medio del análisis de contenidos se logra realizar una investigación mediante la debida observación, utilizando métodos y técnicas comunicacionales cuyo objetivo es la recepción de información para describir y comparar objetiva, sistemática, cualitativa y cuantitativamente el contenido de un programa, dependiendo del tipo de mensaje se llegará a determinar si la audiencia genera interés hacia dicha programación.

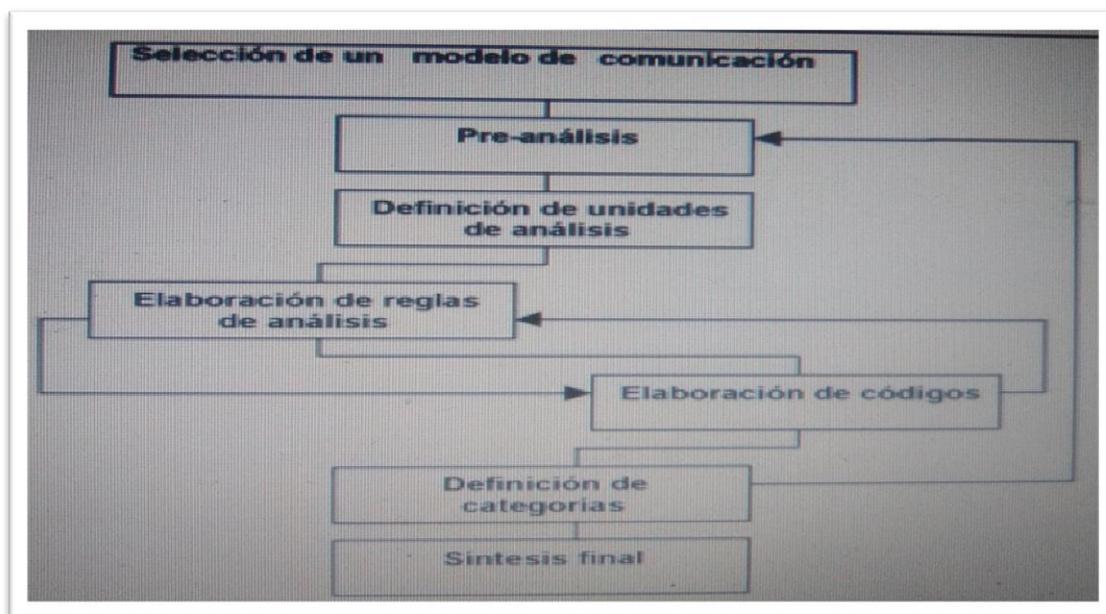
En la tesis *Análisis de la situación de los programas deportivos dedicados al fútbol en los canales de televisión* se explica:

El deporte se ha convertido en un elemento cultural de una gran trascendencia en la intercomunicación de las personas y los pueblos. Es una de las actividades que ocupa mayor espacio en los medios de comunicación y suscita mayor interés entre los receptores. (Rosas Cit. a Guerra, 2013, P. 33.Ecuador)

Se puede observar que los deportes especialmente el futbol ha trascendido a lo largo del tiempo marcando una tendencia cultural, siendo un vínculo para la sociedad. Esta actividad ha tomado mayor cabida en todos los medios de comunicación provocando un mayor interés en el público.

En el artículo *Análisis cualitativo de contenido: una alternativa metodológica alcanzable* se observa:

Gráfico N° 5. Procedimiento general de la técnica de análisis cualitativo de contenido.



(Cáceres,2013,pp.58.España)

En este gráfico se logra observar que al momento de analizar un programa se debe tener en cuenta diversos elementos importantes que complementan el proceso, como lo son las reglas y códigos para la debida definición de categorías dentro del ámbito comunicacional que conlleva a un extracto final que permite la correcta visualización.

En el texto *Teorías de la audiencia activa: poder escrito con p minúscula* se interpreta:

Se presupone que, en algún sentido, [la audiencia] es activa; que mirar y escuchar y leer requieren de cierto grado de compromiso, de cierto tipo de elecciones, de cierto tipo de consecuencia. Se presupone que nos acercamos a los medios como seres sentientes. (Wallace-Salinas, 2009, p12.Nicaragua)

Al momento de elegir un programa se es consciente que el televidente utilizando sus sentidos cognitivos, culturales, etc. permite que el medio establezca una estructura informativa debidamente elaborada para la recepción de dicho contenido. Por lo tanto el público debe analizar minuciosamente si la información transmitida satisface la necesidad del televidente.

A partir de lo anteriormente indicado, este párrafo define al análisis de contenido como una técnica para determinar el tipo de información que se pretende consumir; utilizando métodos específicos para la descripción de la programación, en donde los medios presentan contenidos debidamente elaborados y direccionados para un público específico imponiendo indirectamente información.

2.2.6. Estereotipos sociales

En este capítulo se abordan los principales contenidos que se han encontrado acerca de Estereotipos Sociales, que son esenciales para el fortalecimiento del proceso de la investigación.

En el artículo *La política en los miedos de los medios y el refuerzo periodístico de estereotipos sociales: tratamiento electoral de la Izquierda en diarios cordobeses y argentinos* se observa:

Específicamente en cuanto al refuerzo de estereotipos sociales desde las opciones informativas, he ensayado una conexión entre variantes del ACD vinculadas a una psicología del texto, atentas a las implicaciones sociocognitivas de los productos informativos (van Dijk, 1997; 2003) y enfoques que desde la sociología de la cultura estudian los mecanismos ideológicos operativos en las construcciones simbólicas. (Paz, 2013.Argentina)

La información que el medio prepara para emitir debe ser analizada de forma íntegra, sin dejar a un lado los lineamientos a los que está direccionado el medio, para así llegar al televidente implantando contenidos adecuados a sus necesidades informativas. De acuerdo a las distintas culturas se estructuran espacios en donde el análisis crítico del discurso se determina según los mecanismos ideológicos identificados simbólicamente.

En el artículo *Estereotipos Mediáticos o Sociales. Influencia del consumo de televisión en el prejuicio detectado hacia los indígenas mexicanos* se analiza:

Los medios no sólo transmiten y generalizan estereotipos para ciertos grupos, como el de pobre o vago para ciertas minorías, sino que también justifican las consecuencias que ello va a tener en políticas públicas, discriminación o su realidad social. Y, si bien el consumo general de medios ayuda a explicar estos efectos nocivos, es la televisión el medio que en mayor medida influye en la generación de los estereotipos de las minorías de cada sociedad, en tanto que representa mejor que ningún otro medio la realidad social. (Muñiz, et al. 2013, p. 96.Mexico)

Los medios de comunicación utilizan a ciertos grupos sociales a conveniencia de políticas públicas que se manejan de acuerdo a necesidades de la ciudadanía, sin embargo la televisión es considerada como uno de los medios más influyentes en la sociedad debido a que generan diversos estereotipos formados por la realidad sociocultural. Así mismo el consumo de contenidos informativos ayuda a interpretar de una forma más amplia los hechos que se dan en el entorno social.

En el artículo *Pantallas para ver el mundo. Estereotipación televisiva de la población indígena mexicana y generación de prejuicio* se observa:

Ciertos autores señalan que los estereotipos constituyen estructuras o categorías cognitivas utilizadas para evaluar a los grupos y a sus miembros. (...) Son generalizaciones que constituyen, en cierta forma, un rechazo de las diferencias individuales que definen a los miembros de los exogrupos. Por tanto, los estereotipos consiguen que se ignore la variabilidad de los miembros del grupo. De esta manera, cuando una persona es categorizada dentro de un grupo étnico concreto, se le asignan de-terminados atributos debido a su pertenencia a un grupo concreto. (Muñiz et al. 2013, p. 292.Mexico)

Se considera como estereotipos a las diferentes categorías sociales en las que se involucra a ciertos grupos, esto responde a un mismo paradigma que se maneja dentro de cada agrupación, por lo tanto los medios realizan una selección de información antes de ser emitida para insertar nuevas ideologías similares a las

del medio. Los estereotipos responden a ciertos patrones que son identificados de acuerdo al contenido transmitido por los medios tradicionales que de distintas formas hacen de la comunicación una necesidad diaria.

En el artículo *Estereotipos de sexo y raza en las imágenes de los libros de texto de educación física en primaria* se entiende:

Las imágenes que aparecen en los textos escolares pueden ser portadoras de valoraciones que resaltan negativamente una persona, acontecimiento, grupo social, género, raza, etc., produciendo sesgos, prejuicios, discriminaciones y estereotipos, bajo los cuales pueden subyacer determinadas orientaciones ideológica.' (Moya et al. 2013. Argentina)

La información que una persona decide receptar la mayoría de las veces se da de forma involuntaria, es por esto que los medios comunicativos ya sea televisión, radio, prensa escrita, etc. utilizan distintos métodos para insertar sus líneas ideológicas en la audiencia. Es allí donde se generan los diversos grupos sociales, géneros, estereotipos orientados inconscientemente por los medios masivos.

A partir de lo anteriormente indicado, este párrafo define a los estereotipos sociales como una interpretación individual de cada grupo social de forma categórica, es decir que los estereotipos sociales están compuestos por pensamientos, representaciones, prejuicios, opiniones y valoraciones generalizadas que se da en cada individuo por el entorno social y cultural.

2.2.7 Interpretación de los procesos descriptivos

Este epígrafe toma importancia porque se puede observar como la interpretación de procesos descriptivos intervienen de forma primordial para la elaboración de una investigación.

En el artículo *El proceso de descripción archivística en el Archivo de la Universidad de Ciencias Médicas de La Habana* se visualiza:

la descripción archivística consiste en la elaboración de una representación exacta de la unidad de descripción y, en su caso, de las partes que la componen mediante la recopilación análisis, organización y registro de la información que sirve para identificar, gestionar y explicar los documentos de archivo, así como su contexto y el sistema que los ha producido. (Delgado, et al. 2016, p.396.Cuba)

Al momento de realizar el proceso descriptivo es importante tener en cuenta el análisis semiótico para determinar representaciones exactas de la unidad de observación. El investigador debe utilizar distintas técnicas para la correcta interpretación de dichos programas del que se extraen cualidades que ayudan a la comparación sintetizada, para tener un mejor panorama de lo que se visualiza.

En el artículo *EL papel de la descripción en la investigación cualitativa* se observa:

Son las descripciones sencillas y detalladas las que pasan a ser la base de interpretaciones que se soportan en observaciones cuidadosas y que hacen del investigador un ser que no pierde detalle, tanto de lo que acontece en el exterior, como de lo que le pasa en su interior. (Aguirre; Jaramillo, 2016, p.187.Colombia)

En la interpretación de programas se debe utilizar técnicas descriptivas que conllevan a un resultado más efectivo, de tal manera que al momento de comparar dos objetos se debe incluir ciertos detalles, tanto cualitativos como cuantitativos antes de delimitar ciertas percepciones. Por lo tanto el investigador toma en cuenta todos los contenidos de las estructuras de los segmentos investigados.

En el artículo *entender, comprender, interpretar* se analiza:

Lo decisivo –dirá Heidegger– no es salir del círculo, sino entrar en él de forma correcta” [...] Quiere decir que la primera tarea de la interpretación no es ceder a los prejuicios arbitrarios, sino elaborar la estructura de la anticipación del comprender a partir de las cosas mismas. (Sosa, 2016. P.194.Mexico).

El investigador debe de ser objetivo al momento de analizar la estructura de ciertos programas y dejar a un lado la acción de inferir ante conceptos ya evaluados. Debe comprender la unidad de observación de acuerdo a la realidad en la que se está desarrollando sin alejarse de los resultados globales, para esto se cumplen procesos de interpretación durante la descripción de dichos programas.

.

En el artículo *Descripción y referencia: el lenguaje como posibilidad de veracidad. Un asunto de límites de sistemas-mundo y actos de habla* se interpreta:

podríamos señalar que Frege da elementos para entender la descripción como uno de los constructos de la significación y el sentido que permiten aumentar el nivel de veracidad del objeto; puesto que, parece ser que a mayor descripción del objeto, este tendrá mayor veracidad y, por ende, mayor nivel de conocimiento. (Giraldo, 2016. p.176.España)

El proceso de la descripción tiene parámetros a seguir rigurosamente en la construcción de conceptos individuales elaborados a partir de la recepción de datos simbólicos visualizados anteriormente, por tanto cuando se desglosa información de un objeto específico se da mayor conocimiento y entendimiento de lo investigado.

A partir de lo anteriormente indicado, este párrafo define a la interpretación de los procesos descriptivos como un método y técnica de investigación que se da al momento de la recepción de contenidos informativos debidamente analizados. Es por esto que utiliza la objetividad como punto principal y esencial para la investigación al momento de examinar la unidad de observación de la que se requiere la interpretación.

2.2.8. Nuevas perspectivas teóricas de semiótica comparativa y su recepción

En este epígrafe se puede destacar distintas ideas teóricas que vinculan a la semiótica comparativa con la recepción dentro de la comunicación.

En la tesis *Análisis semiótico de campaña turística publicitaria “All You Need Is Ecuador” y su recepción en turistas que visitaron Ecuador* se observa:

Los semióticos comúnmente se refieren a películas, televisión, programas de radio, afiches publicitarios como 'textos'. Así, al ser la imagen un tipo de lenguaje, las categorías de la lingüística general pueden ser de utilidad, aunque no agotan su pertinencia en el análisis de estos productos culturales. (Santana CIT a Karam, 2017, p.14.Ecuador)

La audiencia cumple un papel fundamental al momento de recibir el contenido transmitido por el medio de comunicación debido a que los programas son dirigidos a públicos específicos de acuerdo a la demanda, y el público evalúa de acuerdo a sus intereses culturales la información que ayuda de cierta forma a la actualización de conocimientos noticiosos y de esta forma elige que desea consumir.

En la investigación de *Semiología y sus teóricos* se observa:

Gráfico N° 6. *Ciencia Sociales*



(Puerta, 2015, p164.España)

En esta imagen se observa como el signo cumple la función de dar un significado coherente a quien lo interpreta dándole un sentido de apreciación al hecho. La semiótica es un fenómeno que atiende las necesidades de reconocer el origen de una problemática para así darle una solución.

En la notable investigación *La incidencia de los discursos televisivos en la construcción de la identidad adolescente*, se expresa lo siguiente:

El grupo de discusión por su propio diseño teórico se muestra como un instrumento perfecto para observar en su praxis cómo se realizan las formas de recepción y construcción de los discursos ideológicos es decir para mostrar cómo opera lo social en la construcción y decodificación de los propios mensajes. (Alonso, 1997, p267.España).

En la comunicación funcionan los modelos prácticos más que los teóricos es por ello que para expresar una idea o presentar un discurso es necesario un estudio sociológico que represente lo que se quiere expresar de una manera clara precisa y concisa.

En el artículo *Aproximación a la teoría de la recepción y su interrelación con la obra musical* se define:

La teoría de la recepción supuso un cambio a la hora de valorar la obra de arte, al considerar al lector o receptor como punto de referencia histórica para el estudio de una obra. La historia de la literatura, como la del arte en general, se ha ocupado preferentemente de las obras en sí o de los autores. Al incidir especialmente en el receptor, no sólo entendido como público que consume un producto, sino, y esto es fundamental, como elemento constitutivo del hecho artístico. (Bedmar, 2017.España).

Dentro de la comunicación interviene como punto relevante la recepción por parte del público el cual de acuerdo a sus intereses o idiosincrasia tendrá una perspectiva distinta del contenido que es dirigido por el medio. Por lo tanto esta acción receptiva vincula directamente los símbolos y signos de aquellos programas que se analizan. Sin embargo en ocasiones no es fácil descifrar el mensaje dirigido debido a los paradigmas que siguen los receptores.

A partir de lo anteriormente indicado, este párrafo explica las líneas teóricas en las que la semiótica comparativa y la recepción se involucran de forma directa para que el sujeto inicie una mejor y más clara ilustración al momento de analizar contenidos diversos para concluir de forma positiva o negativa que intenta destacar el medio cuando se transmite dicho contenido.

2.3. MARCO CONTEXTUAL

En este capítulo se expone principal información que se ha encontrado acerca de la unidad que se está investigando, que es elemental para el proceso de investigación.

El medio de comunicación RTS y Oromar TV desarrollaron ambos un programa deportivo, COPA (RTS) hace 28 años Y PARADA DEPORTIVA (Oromar TV) hace 8 años, con la finalidad de parcializar y evidenciar los sucesos relevantes que se dan en el deporte especialmente el fútbol.

El análisis semiótico requiere de una investigación oportuna ya que es necesario visualizar como estos programas parcializan y difunden información precisa futbolística, teniendo así recepción distinta de acuerdo a sus ideales e inclinaciones, debido a esto los televidentes luego de ya analizado el contenido de dicho programa pone a plenitud su interés en el programa que satisface su expectativa.

La unidad de observación fue escogida de acuerdo al nivel de conocimiento de los alumnos de la facultad de educación física sobre los programas deportivos que generalmente son atractivos para ellos.

Esta investigación aporta a al público en general, a tener en cuenta, analizar y diferenciar el contenido de los programas que se visualizan, además de resaltar aspectos relevantes que involucran la elaboración de criterios propios de acuerdo a análisis realizados por parte de los propios televidentes.

2.4. MARCO CONCEPTUAL

En este capítulo se puede visualizar las explicaciones anteriormente establecidas de las categorías conceptuales.

Comunicación: es el proceso elemental que corresponde al emisor transmitir un mensaje por medio de canales donde cierta información es analizada y percibida para luego generar una retroalimentación.

Periodismo Deportivo: es la actividad profesional que implica la recopilación de información completamente relacionada al deporte para elaborar estructuradamente un programa dirigido al público seguidor de ese género. .

Semiótica Comparativa: es la ciencia utilizada para analizar signos y símbolos de objetos específicos, donde la información procesada ayuda a la amplificación de criterios que se dan de manera subjetiva.

Recepción: es el proceso que implica la decodificación de un contenido emitido, que posteriormente será analizado para luego elaborar una crítica, esta actividad se realiza sintetizando el contenido recibido.

Análisis de Contenido: es un método que se utiliza una vez recibida, sintetizada, discernida la información para elaborar un punto de vista personal de dicho contenido receptado.

Estereotipos Sociales: es una característica que se le atribuye a la clasificación, categorización, esquematización de una segmentación social, cultural ya establecida.

Interpretación de los procesos descriptivos: es el método que permite la evaluación para el posterior análisis de dicho objeto. Este proceso establece explicaciones precisas de la unidad de investigación.

2.5. MARCO LEGAL

En esta parte del proyecto quedan definidos los conceptos legales que permiten la identificación de los reglamentos con los que se basa esta investigación.

En la Ley Orgánica de Comunicación Capítulo I Principios del Art. 10 se expresa:

Art. 10.- Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas.
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios.
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud.
- b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades.
- c. Evitar la representación positiva o a valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas.
- d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente.

e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia.

f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

Concernientes al ejercicio profesional:

a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general.

b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas.

c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos.

d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares.

e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia.

f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla.

g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística.

h. Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional.

i. Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales.

j. No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa.

k. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

3. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

- a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica.
- b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas.
- c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia.
- d. Abstenerse de difundir publrreportajes como si fuese material informativo.
- e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias.
- f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones.
- g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario.
- h. Evitar difundir, de forma positiva o valorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente.
- i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan.
- j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

(Ley Orgánica de Comunicación, p.8).

El cumplimiento de estas normas deontológicas permitirá que la difusión de contenidos se realice de forma correcta y permitirá que el público tenga interés en la programación debido a que a que se siguen parámetros alineados a la ley, a su vez el incumplimiento de las reglas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano ante la Superintendencia de la Información y Comunicación.

En la Ley Orgánica de Comunicación Capítulo I Principios del Art. 10 se manifiesta:

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana. (Ley Orgánica de Comunicación (tics), p.49).

Existen normativas que permiten la libertad para expresar ideas, pero hasta cierto punto se deben seguir parámetros que están estipulados, además de implementarse la participación de la ciudadanía para un mejor ejercicio dinámico y de retroalimentación. Esto permite la integración de la ciudadanía para llegar a un espacio de inclusión donde se respete el derecho a la libertad de expresión.

A partir de lo indicado quedan enmarcados los procesos legales estructurales del capítulo 2 que permiten verificar los reglamentos legales que sostienen esta investigación, de igual forma queda culminado el marco legal.

CAPITULO III. Marco Metodológico y Análisis de Resultados

En este capítulo se abarcan los procesos epistemológicos y sus principales técnicas metodológicas del presente trabajo de investigación, así como los resultados y su respetivo análisis.

3.1. Diseño de la Investigación

El diseño de esta investigación es No Experimental – Transeccional, debido a la no manipulación de las variables, y el proceso de recopilación y tabulación de los datos recolectados no supera un tiempo de seis meses.

3.2. Tipo de Investigación

Este trabajo tiene un tipo de investigación descriptiva puesto que las variables a más de ser desglosadas en dimensiones, conllevan un proceso de análisis minucioso en donde se aplican distintos métodos y técnicas de investigación en cada una de ellas.

3.3. Metodología

Esta investigación se basa en la corriente filosófica del irracionalismo porque el investigador a partir de su experiencia inicia la búsqueda del conocimiento adquirido a lo largo de su vida, haciéndolo de forma voluntaria, sin que se aleje de la realidad contextual utilizando la interpretación de la información.

3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas elegidas en esta investigación fueron las siguientes. Técnicas de investigación cualitativas son:

- **Entrevista semiestandarizada.** – Con esta técnica se logra obtener mayor información debido a que se puede alcanzar una opinión directa del encuestado.
- **Cambio de rol.** – Con esta técnica se logra intercambiar a los individuos con el fin de examinar los sentimientos y diversas perspectivas que se puedan dar de situaciones determinadas.
- **Test proyectivo.** – Son gráficos donde por medio del mismo se logra reflejar los sentimientos e impresiones que tiene el sujeto elegido.

Por otro lado están las técnicas cuantitativas escogidas son::

- **Encuesta.** – Esta herramienta es muy útil ya que se logra recolectar datos específicos de una manera muy rápida y efectiva.
- **Escala de Intensidad.** –Con esta técnica el individuo puede calificar desde un número menor a mayor con el fin de exponer sus deseos. Siendo esta una manera más sencilla y factible para el sujeto electo.
- **Escala de Likert.** – En este elemento existen algunas opciones que el encuestado puede elegir con el fin de ser un poco mas exactos con los resultados ya que se logra ahondar en cuanto la investigación.

3.5. Población y Muestra

En esta parte del proyecto se muestran datos elementales sobre el público muestral, lo cual permite verificar aspectos importantes de la población a investigar.

La unidad de observación de esta investigación es la Facultad de Educación Física de los cursos cuarto y quinto semestre, la cual tiene una población de 332 estudiantes. Esta investigación tiene una muestra No Probabilística, Por Cuotas por lo que se dividió a la población en subgrupos en donde se tomaron en cuenta diversas características y puntos determinados.

- . Estudiantes que sean conocedores del periodismo deportivo
- . Estudiantes que muestren interés por este tipo de deportes.
- . Estudiantes que apoyen a Categorías Juveniles de los equipos de Primera "A".
- .Estudiantes de criterio definido sobre contenidos deportivos
- .Estudiantes que les atraiga información deportiva.

A partir de las características mencionadas la muestra es de 100 estudiantes, los recursos materiales y humanos son propios del investigador.

3.6. Análisis de Resultados de los instrumentos aplicados

En este epígrafe se puede apreciar los elementos abordados por lo que se puede empezar a desarrollar el proceso práctico de cada una de ellas. Por otro lado, cabe especificar que se trabajó con una población muestral de 100 entre ellos 77 hombres y 33 mujeres.

ANÁLISIS DE RESULTADO

Indicador: Imaginarios Colectivos

Técnica: Test Proyectivo.

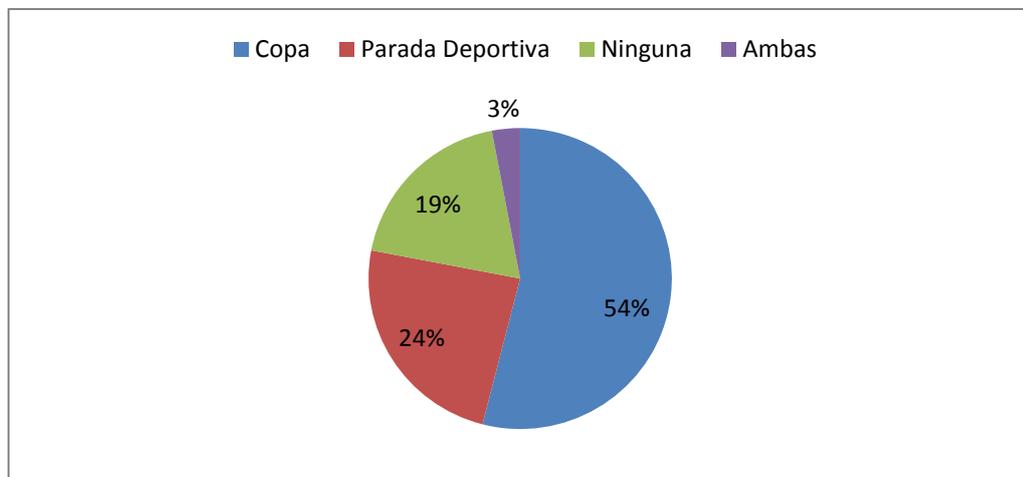
- 1) De acuerdo a las siguientes imágenes y tomando en cuenta los presentadores deportivos ¿Ha visto alguno de estos programas cuál?

Tabla N °5. *Análisis de resultado*

	F	%
Copa	54	54%
Parada Deportiva	24	24%
Ninguna	19	19%
Ambas	3	3%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °7. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

El 54% de los jóvenes considera que el programa Copa que se transmite en RTS capta mayor audiencia debido al posicionamiento que tiene dicho programa. Parada deportiva con un 24% se refleja que al ser un programa menormente reconocido no capta el mismo interés que el de Copa.

Mientras que solo el 19% no reconoció ningún programa.

Indicador: Imaginarios Colectivos

Técnica: Cambio de Rol

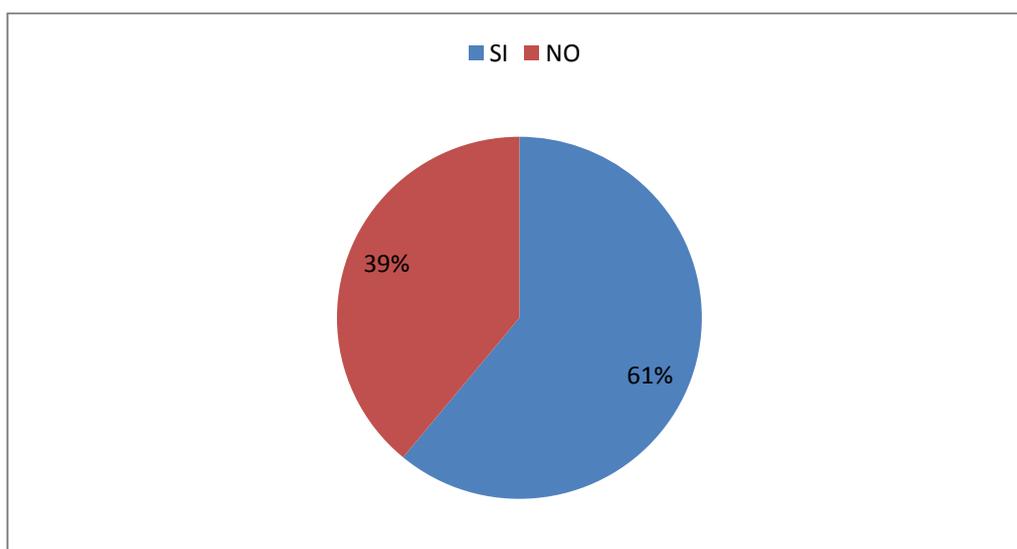
2) ¿Si fueras un futbolista joven y recién inicia su carrera deportiva, te motivaría salir en la televisión?

Tabla N °6 *Análisis de resultado*

	F	%
SI	61	61%
NO	39	39%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °8. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

El 61% de los jóvenes señala que si les motivaría aparecer en la televisión ya que gracias a esto podrían impulsar su carrera profesional a futuro, sin embargo un 39% se contrapone a este pensar, asumiendo que la televisión no es un factor imperativo para lograr impulsar su carrera.

Indicador: Imaginarios Colectivos

Técnica: encuesta

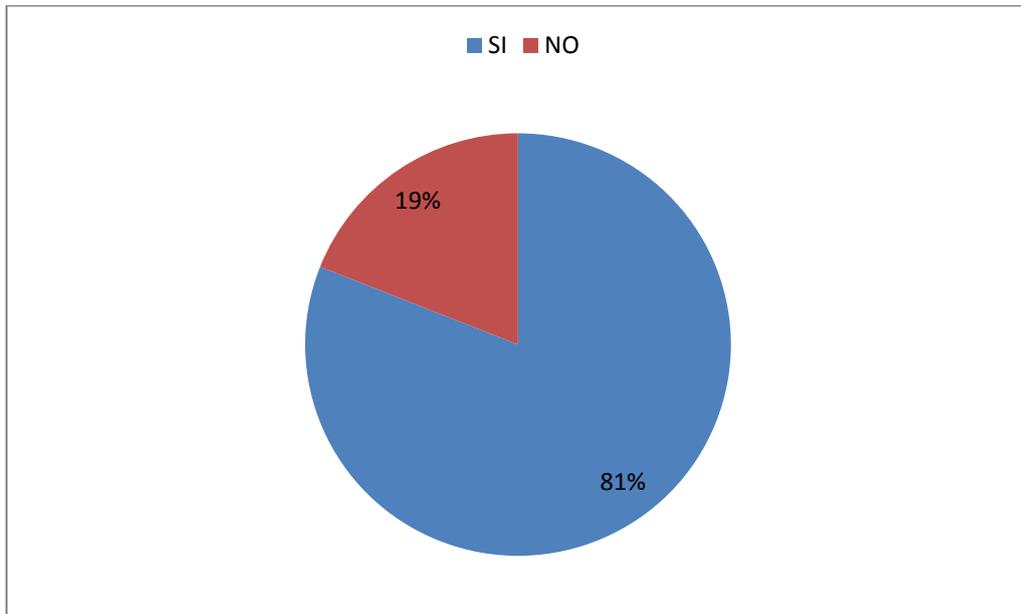
3) ¿Cree que es importante que los medios de comunicación muestren el talento de los futbolistas jóvenes para desarrollo profesional y para hacerse conocer antes los equipos de primera categoría?

Tabla N °7. . *Análisis de resultado*

	F	%
SI	81	81%
NO	19	19%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °9. . *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

En este apartado podemos denotar que el 19% de los jóvenes asume que los medios de comunicación no influyen en nada durante su crecimiento a diferencia del 81% que sostiene que los medios aportan en alguna medida

a su crecimiento en la profesión.

Indicador: Imaginarios Colectivos

Técnica: Escala de Likert

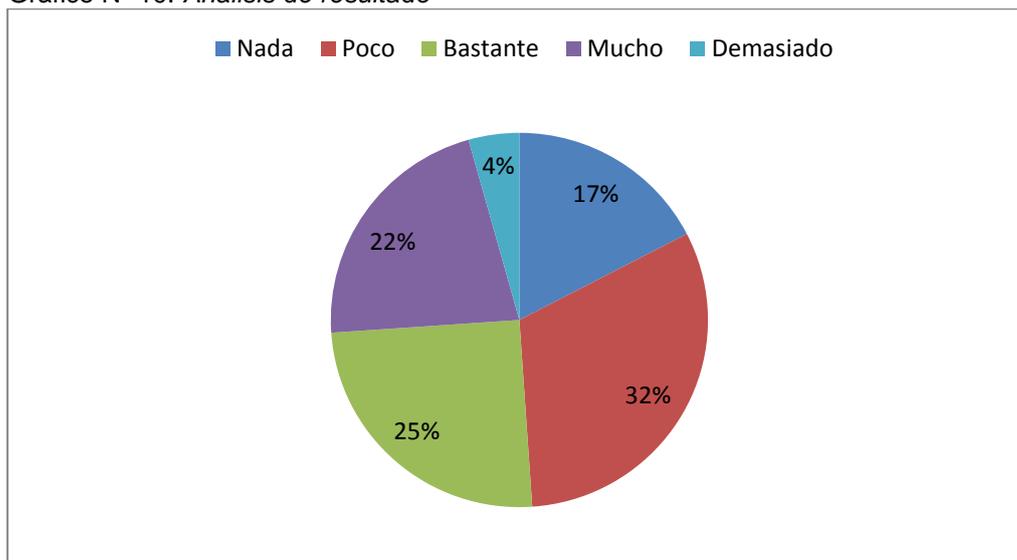
4) ¿Cuánta atención o expectativa genera visualizar un partido de fútbol de categorías jóvenes?

Tabla N° 8 *Análisis de resultado*

	F	%
Nada	16	16%
Poco	29	29%
Bastante	23	23%
Mucho	20	20%
Demasiado	4	4%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N°10. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

El 16% de los jóvenes asume no sentir nada en lo que respecta a visualizar un partido de fútbol, el 29% señala sentir poca atención diferenciándose por pocos puntos del 23% a quienes estos partidos les genera bastante atención, de igual manera quienes aseveran sentir mucha expectativa se ve reflejado en el 20% y una pequeña proporción equivalente al 4% manifiesta tener demasiadas expectativas.

Variable: Semiótica Comparativa

Dimensión: Interpretación Simbólica

Indicador: Diversidad Cultural

Técnica: Cambio de Roll

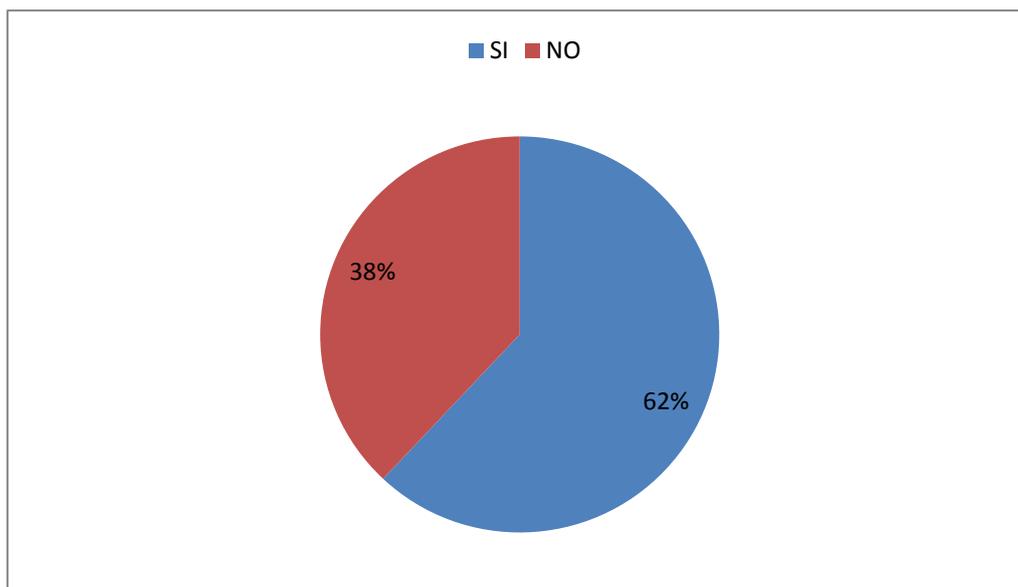
5) ¿Si usted fuera director de un programa deportivo daría espacio a talentos juveniles de fútbol, por qué?

Tabla N °9. . *Análisis de resultado*

	F	%
SI	62	62%
NO	38	38%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °11. . *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

En este punto el 38% de los jóvenes asumieron el papel de directivo de un programa deportivo y coincidieron en que no darían espacio a las selecciones juveniles, sin embargo el 62% afirmaron que si abrirían las oportunidades en sus programas a selecciones juveniles de fútbol.

Indicador: Diversidad Cultural

Técnica: Entrevista semiestructurada

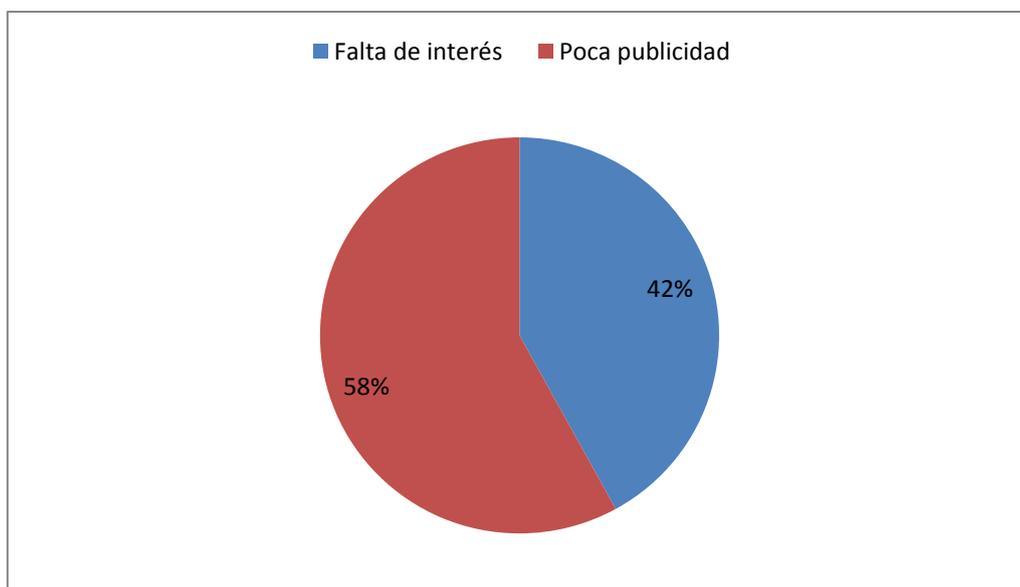
6) ¿Por qué el campeonato de selecciones menores no causa el mismo impacto que un mundial de mayores?

Tabla N °10. *Análisis de resultado*

	F	%
Falta de interés	42	42%
Poca publicidad	58	58%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °12 *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

El 42% de los jóvenes indicaron que el poco impacto que genera el campeonato efectuado entre los equipos de selecciones menores se debe a la falta de interés que tienen los espectadores y el 58% señaló que esto se debe a la poca publicidad que estos campeonatos tienen en los medios.

Indicador: Diversidad Cultural

Técnica: Escala de Intensidad

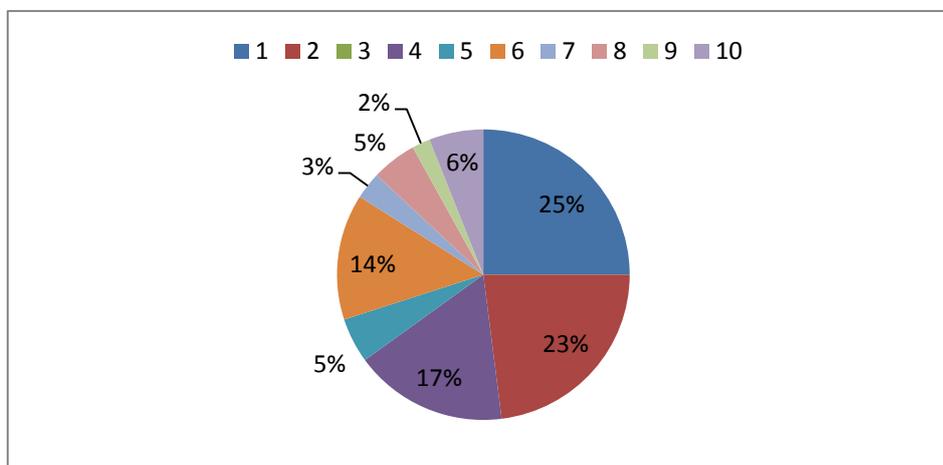
7) ¿Está de acuerdo con que los programas deportivos le den mayor importancia al fútbol de primera categoría "A"?

Tabla N °11. *Análisis de resultado*

	F	%
1	25	25%
2	23	23%
3		
4	17	17%
5	5	5%
6	14	14%
7	3	3%
8	5	5%
9	2	2%
10	6	6%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °13. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

El 25% de los jóvenes consideró que están en completo desacuerdo con que los programas deportivos den más aperturas a los futbolistas de primera categoría, siendo este el equivalente porcentual más significativo, contraponiéndose el 6% de los jóvenes quienes están de acuerdo de que el fútbol de categoría "A" es más importante.

Indicador: Diversidad Cultural

Técnica: Encuesta

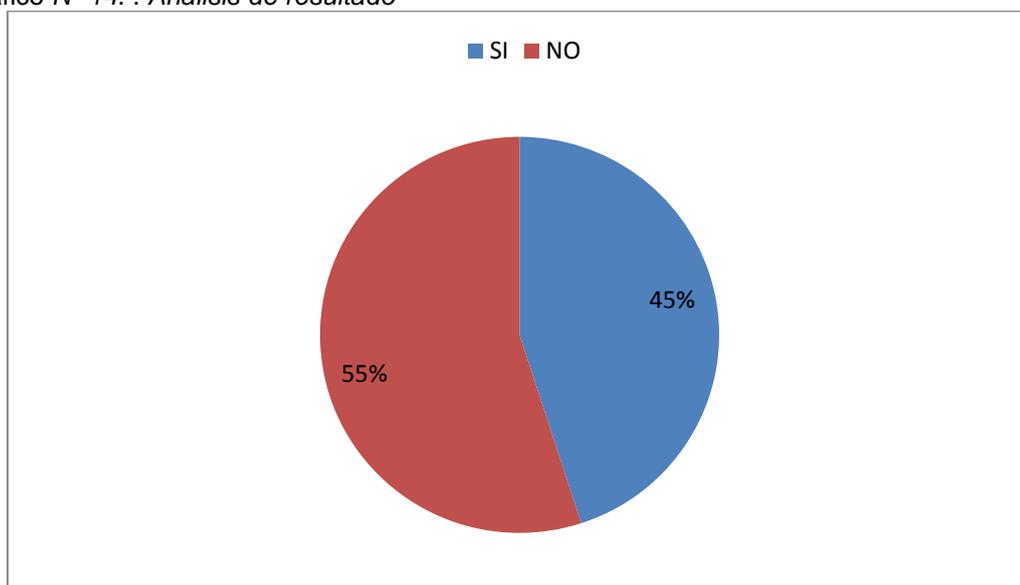
8) ¿Conoces de la participación en el campeonato sudamericano, de la selección de Ecuador sub 16?

Tabla N °12. . *Análisis de resultado*

	F	%
SI	45	45%
NO	55	55%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °14. . *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

Aquí podemos ver que el 55% de los jóvenes no tiene conocimiento sobre el campeonato sudamericano de la selección de Ecuador Sub 16, a diferencia de un remarcado 45% que afirma conocer acerca de este torneo.

Variable: Semiótica Comparativa

Dimensión: Análisis de contenido televisivo

Indicador: Rutina Televisiva

Técnica: Test proyectivo

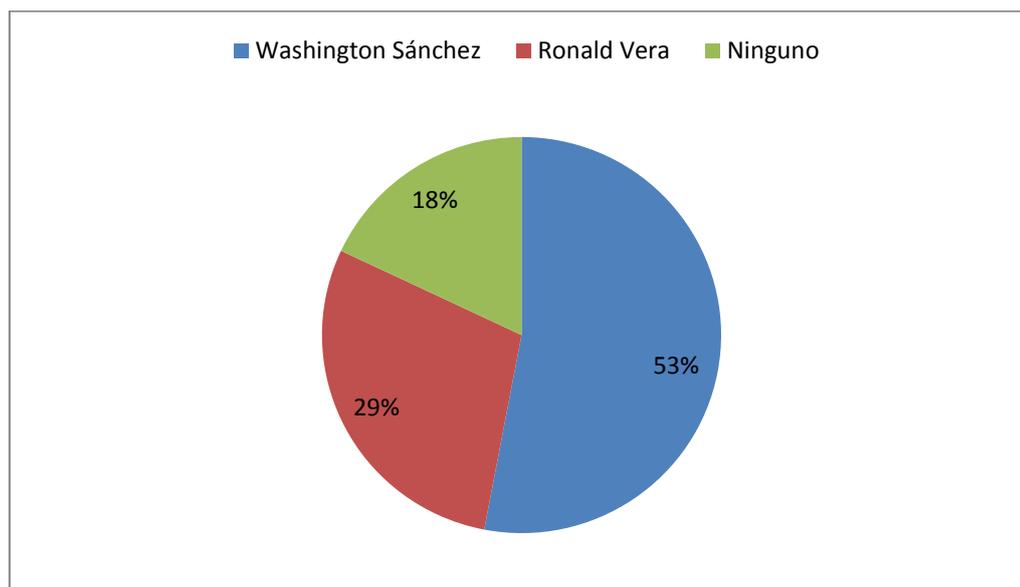
9) ¿Con cuál de los siguientes presentadores deportivos se siente más acogido?

Tabla N °13. . *Análisis de resultado*

	F	%
Washington Sánchez	53%	53%
Ronald Vera	29%	29%
Ninguno	18%	18%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °15. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

El análisis demuestra con un 53% que Washington Sánchez tiene mayor acogida entre los televidentes, sin embargo un 18% afirma que ninguno de los dos tiene buena recepción, dejando por último al 29% de los jóvenes quienes señalaron a Ronald Vera como el más acogido entre los personajes del ámbito periodístico deportivo.

Indicador: Rutina Televisiva

Técnica: Encuesta

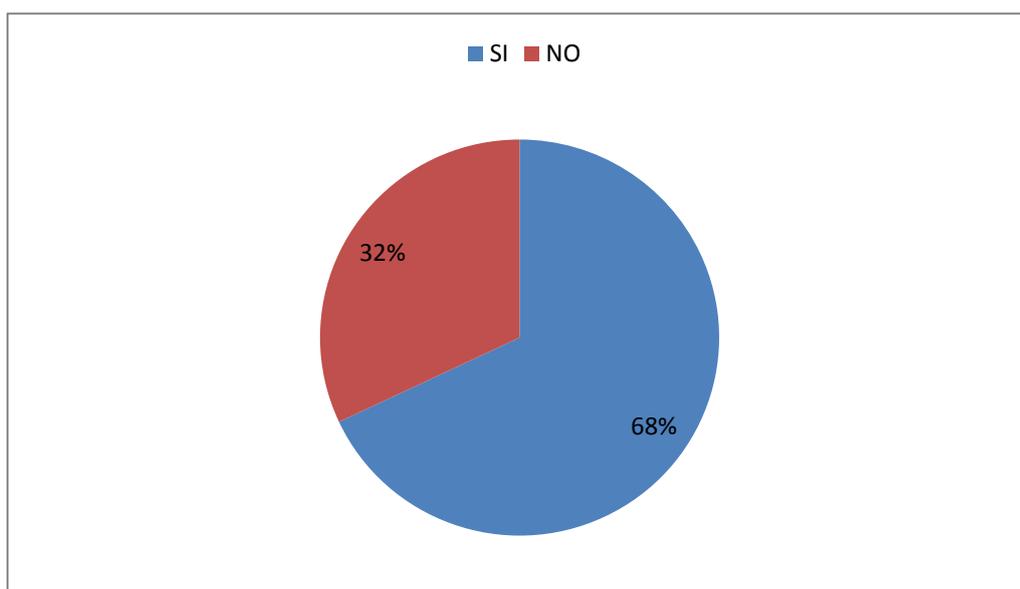
10) ¿Te gustaría que se implemente una ley de comunicación donde se exija que los programas deportivos transmitan mínimo 20 minutos de espacio dedicado al talento juvenil?

Tabla N °14. *Análisis de resultado*

	F	%
SI	68	68%
NO	32	32%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °16. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

Entre los jóvenes un 32% afirmó que no les gustaría que exista una implementación de una ley que regule a los espacios deportivos, a diferencia del 68% quienes están completamente de acuerdo a que esta implementación ayudaría a mejorar la difusión de los futbolistas de categorías juveniles.

Indicador: Rutina Televisiva

Técnica: Escala de Likert.

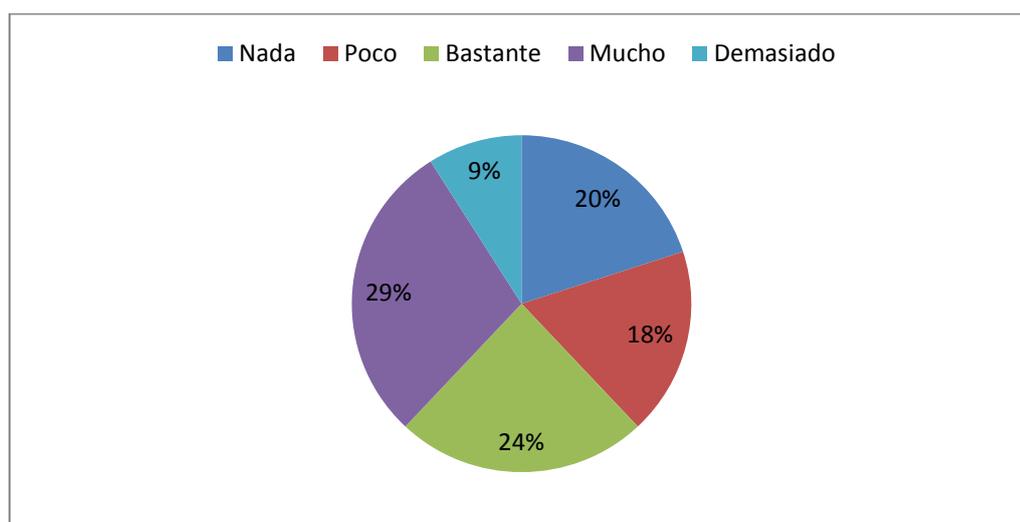
11) ¿Le parece a usted correcto que se halla invalidado el reglamento dónde se obligaba a los equipos de primera categoría a alinear en el 11 titular a 3 futbolistas juveniles?

Tabla N °15. *Análisis de resultado*

	F	%
Nada	20	20%
Poco	18	18%
Bastante	24	24%
Mucho	29	29%
Demasiado	9	9%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °17. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

En este apartado el 9% afirmó que están de acuerdo con la invalidación del reglamento, el 20% están en completo desacuerdo con esta situación y mostrando un índice elevado el 29% señala que están muy de acuerdo con esta invalidación.

Variable: Recepción

Dimensión: Estereotipos Sociales

Indicador: Grupos Específicos

Técnica: Test Proyectivo

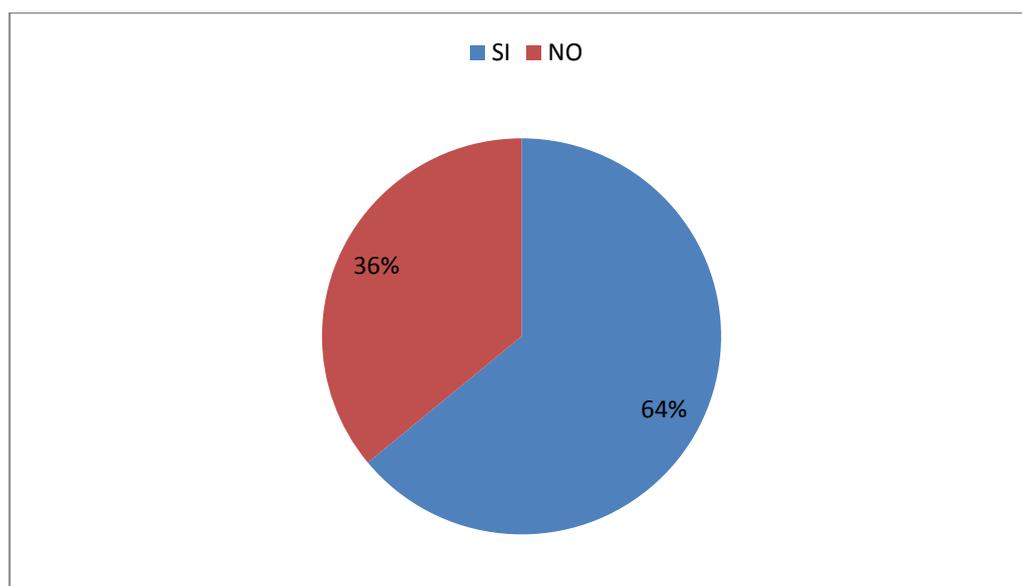
**12) ¿Cree usted que los medios de comunicación son los principales mediadores para mostrar los futbolistas a los clubes cazatalentos?
¿Por qué?**

Tabla N °16 *Análisis de resultado*

	F	%
SI	64	64%
NO	36	36%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °18. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

El 64% de los jóvenes optaron por señalar que los medios de comunicación si son los principales mediadores entre los futbolistas y los clubes, a diferencia del 36% quienes señalaron que no son tan importantes los medios para que los jóvenes futbolistas destaquen y sean reconocidos por estos clubes.

Indicador: Grupos Específicos

Técnica: Escala de Intensidad

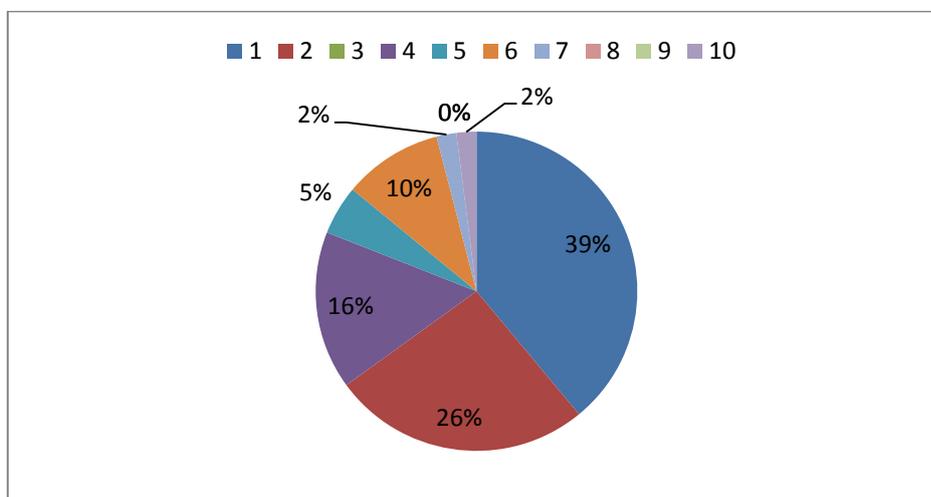
13) ¿Está de acuerdo usted en que los programas deben modificar su estructura y generar más espacios de interacción con los jóvenes deportistas?

Tabla N °17. . *Análisis de resultado*

	F	%
1	39	39%
2	26	26%
3		
4	16	16%
5	5	5%
6	10	10%
7	2	2%
8		
9		
10	2	2%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °19. . *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

El 39% de los jóvenes están de acuerdo con que los programas deportivos deban someterse a una modificación en la cual se dé una mayor apertura a la difusión de las selecciones de fútbol juvenil, contraponiéndose a esto el 2% consideró que los programas deportivos no necesitan cambio alguno.

Indicador: Grupos Específicos

Técnica: Encuesta

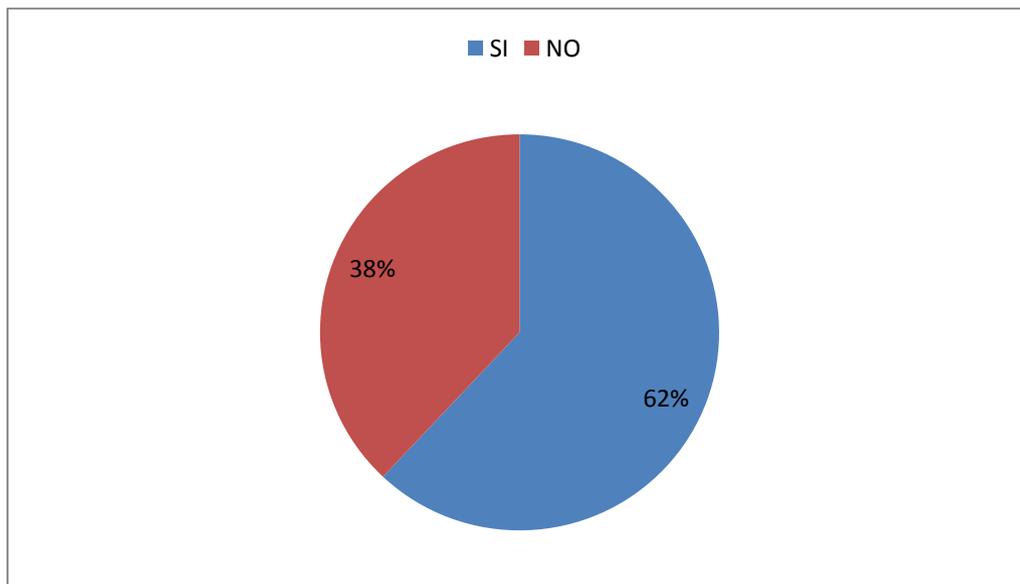
14) ¿Cree usted que los jóvenes desarrollan su potencial futbolístico debutando en primera categoría? ¿Por qué?

Tabla N °18. *Análisis de resultado*

	F	%
SI	62	62%
NO	38	38%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °20. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

El 38% de los jóvenes afirmaron que no es necesario debutar en categoría "A" para desarrollar su potencial, sin embargo el 62% considera que debutar en primera categoría es beneficioso para su carrera profesional.

Variable: Recepción

Dimensión: Estereotipos Sociales

Indicador: Selección de Contenidos

Técnica: Test proyectivo

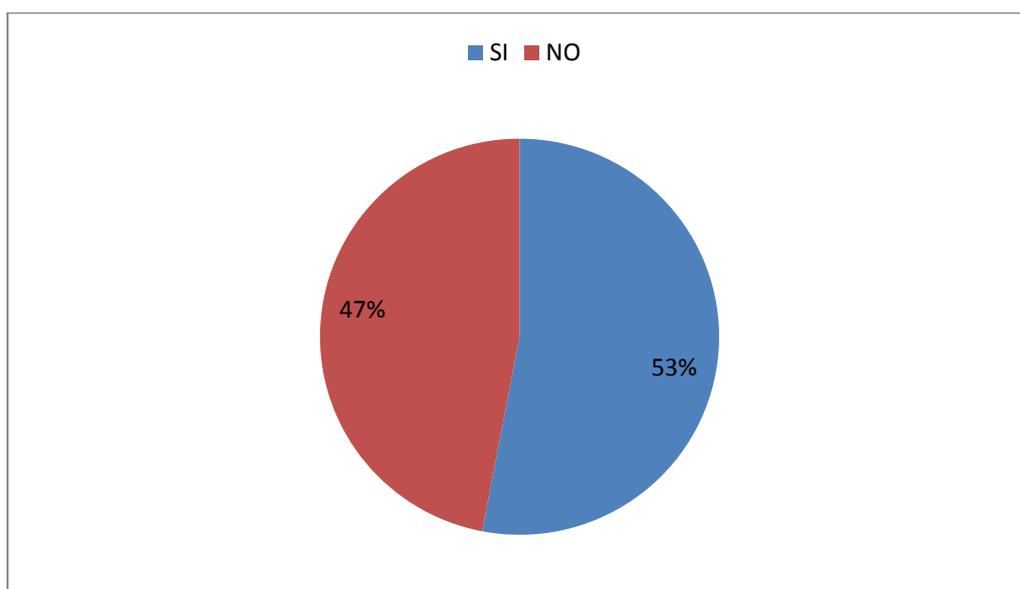
15) ¿Si usted pudiera elegir el contenido de información deportiva en el programa, se alejaría mucho de lo que en la actualidad nos emiten la mayor parte de los programas deportivos?

Tabla N °19. *Análisis de resultado*

	F	%
SI	53	53%
NO	47	47%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °21. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

En este punto el 53% consideró que en el caso de ser los encargados de elegir el contenido de un programa deportivo, se alejarían completamente de lo que se está presentando actualmente en la televisión, sin embargo el 47% se mantuvo conforme con lo que ve en la actualidad y decidieron no cambiar nada.

Indicador: Selección de Contenidos

Técnica: Encuesta

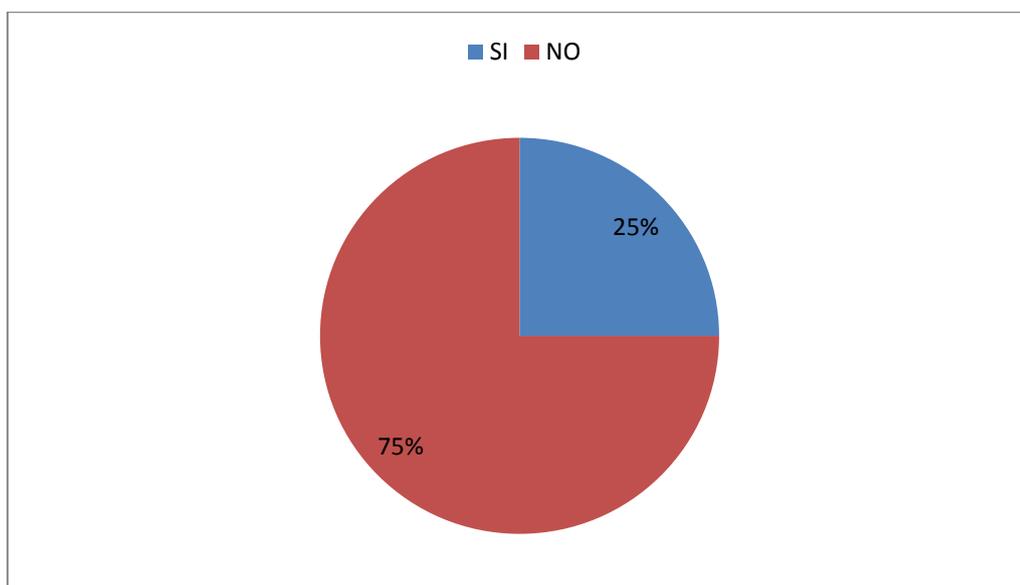
16) ¿Está de acuerdo con que en el programa Copa solo le den espacio a los jóvenes futbolistas de la Cantera de Alfaro Moreno (Presentador de COPA)? Argumente.

Tabla N °20. *Análisis de resultado*

	F	%
SI	25	25%
NO	75	75%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °22. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

En este apartado se evidencia el descontento de los jóvenes al señalar un 75% al no estar de acuerdo con la programación del programa copa, en el cual no le dan cabida a otras escuelas que no sean las de Alfaro Moreno, sin embargo el 25% restante está conforme con eso.

Variable: Semiótica Comparativa

Dimensión: Interpretación de los procesos descriptivos

Indicador: Habilidades Cognitivas

Técnica: Test proyectivo

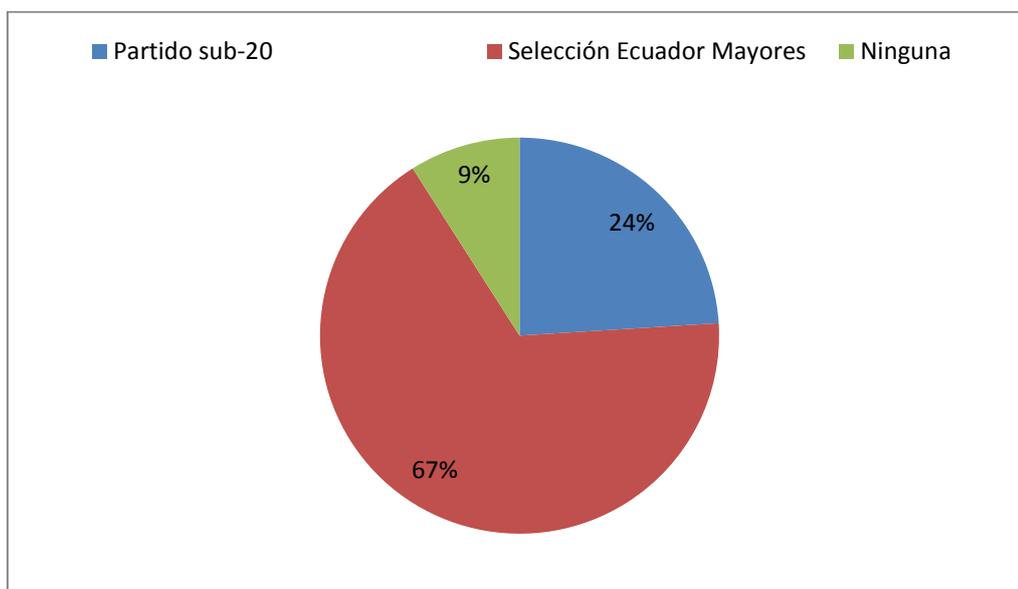
17) ¿De acuerdo a la siguiente imagen ¿Por qué cree usted que los televidentes tienen más interés por los equipos profesionales de mayores?

Tabla N °21. *Análisis de resultado*

	F	%
Partido sub-20	24	24%
Selección Ecuador Mayores	67	67%
Ninguna	9	9%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °23. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

El gráfico apunta a una preferencia de los jóvenes evidenciado en un 67% por los partidos de la selección nacional y de primera categoría, siguiéndole un 24% afirmando su preferencia por los torneos juveniles y por ultimo un índice del 9% demuestra el desinterés por ambas situaciones.

Indicador: Habilidades Cognitivas

Técnica: Encuesta

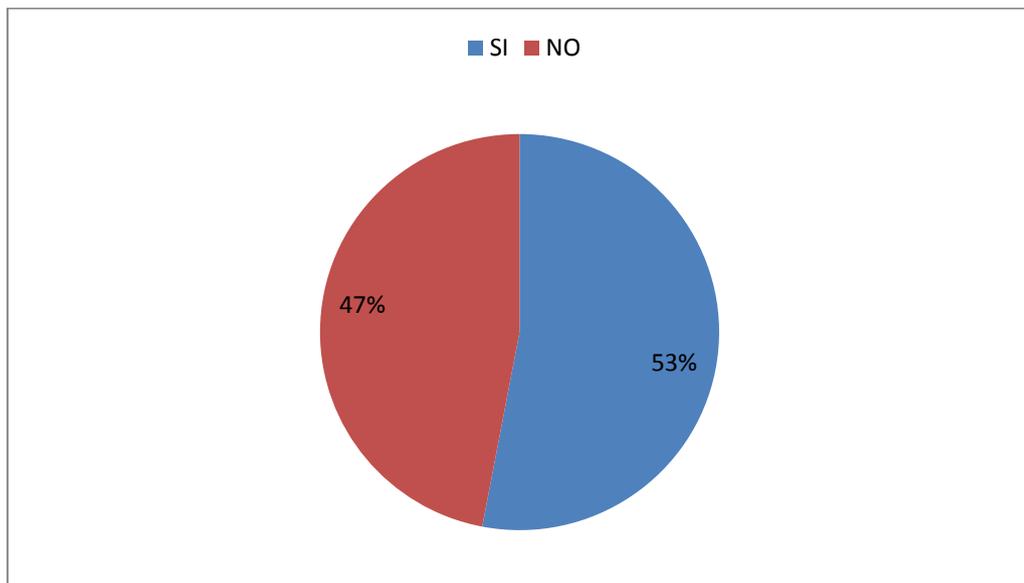
18) ¿Le produce más euforia un gol de un gol de Cristiano Ronaldo que uno de Marlon Mejía? Argumente.

Tabla N °22. *Análisis de resultado*

	F	%
SI	53	53%
NO	47	47%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °24. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

Se evidencia un alto índice englobando un 53% a favor de Cristiano Ronaldo y un no tan alejado 47% afirmando que les entusiasma la anotada de otro deportista.

Variable: Semiótica Comparativa

Dimensión: Interpretación de los procesos descriptivos

Indicador: Interés Social

Técnica: Cambio de Roll

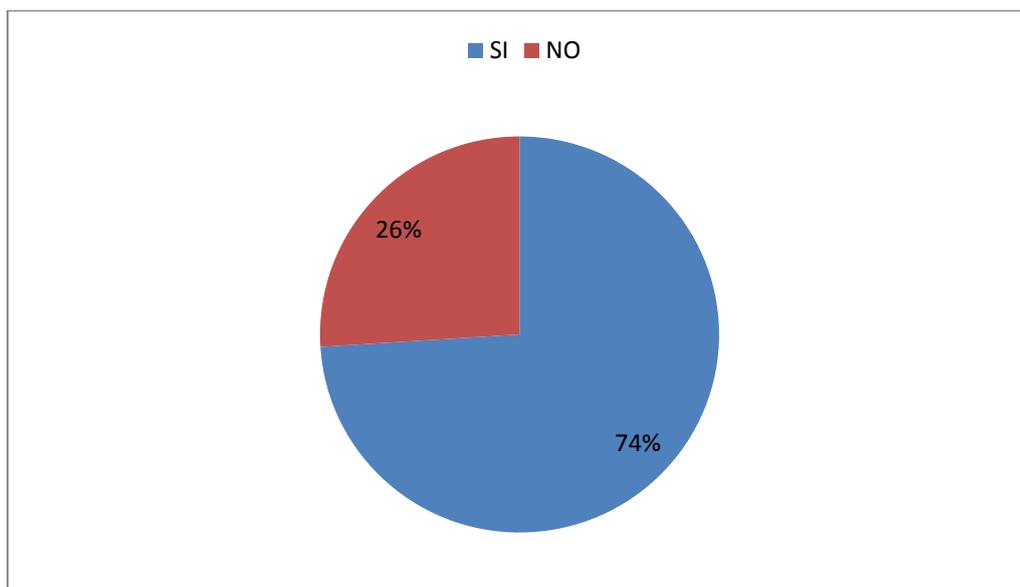
19) ¿Si usted fuera presidente de la FEF que estrategia diseñara para impulsar el campeonato nacional juvenil?

Tabla N °23. *Análisis de resultado*

	F	%
SI	74	74%
NO	26	26%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °25. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

El 74% de los jóvenes coincidieron en que implementarían varias estrategias para impulsar de forma efectiva al campeonato juvenil, a diferencia del 26% que manifestaron sentir indiferencia ante esta situación.

Indicador: Interés Social

Técnica: Encuesta

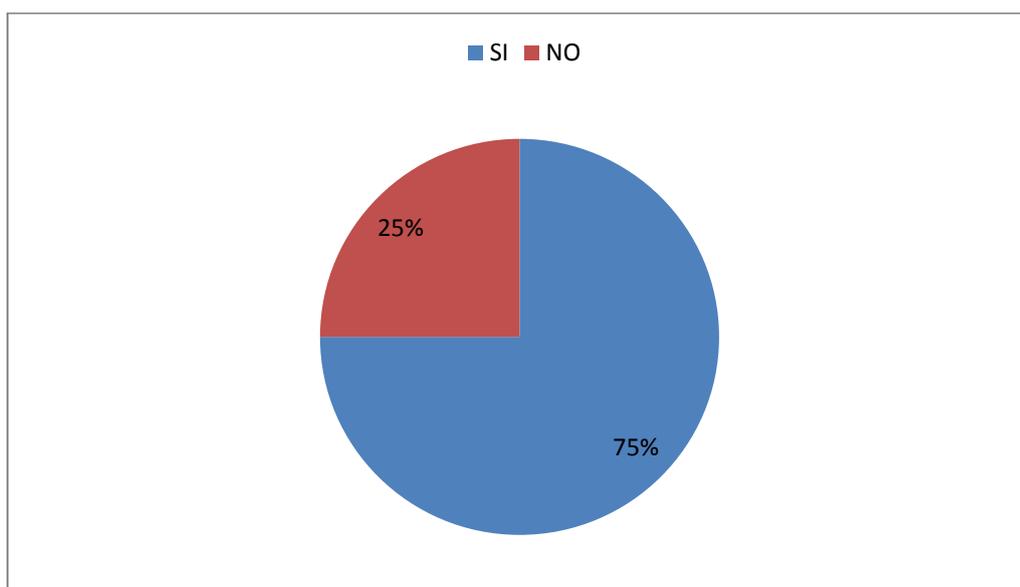
20) ¿Está de acuerdo en que se le dé más oportunidades en los espacios deportivos a los jóvenes para desarrollo de su carrera futbolística? ¿Por qué?

Tabla N °24. *Análisis de resultado*

	F	%
SI	75	75%
NO	25	25%
Total	100	100%

Autoría propia

Gráfico N °26. *Análisis de resultado*



Autoría propia

Análisis:

En este punto se manifiesta el desacuerdo que tienen el 25% de los jóvenes en cuanto a las oportunidades que brindan los medios para el desarrollo de los juveniles, sin embargo un alto índice como lo es el 75% confirma que están de acuerdo con que los medios brinden más oportunidades a las categorías juveniles para que se den a conocer de mejor manera.

De acuerdo a los resultados obtenidos por medio de diversas técnicas tanto cuantitativas y cualitativas, se puede manifestar que el público muestral tiene el conocimiento de que los programas deportivos prefieren emitir información establecida, debido a que esto genera buen rating para su empresa, sin embargo están de acuerdo en que se permita el espacio en los medios masivos a jóvenes futbolistas de categorías juveniles para que tengan la oportunidad de que su trayectoria deportiva se reconocida por el público.

3.6.1. Comprobación de hipótesis

Los resultados obtenidos en el área de la investigación son elementos que permiten la descomposición del objetivo del trabajo investigativo, y se ha comprobado clara y firmemente que la recepción de contenidos deportivos en los estudiantes de la Universidad de Guayaquil Facultad de Educación Física generan un proceso analítico de criterio formado sobre la información transmitida de los programas Copa y Parada Deportiva, donde claramente se puede visualizar el tipo de estructura informativa que se maneja en estos medios.

La perspectiva que se maneja en los medios tradicionales, se refleja mayormente en la televisión donde el contenido se muestra de manera subjetiva con lineamientos definidos que van direccionados con los administradores del medio de comunicación.

Los contenidos que se transmiten generalmente se jerarquiza de acuerdo a la relevancia de información, sin embargo en la actualidad se aprecia la carencia de profesionalismo en los periodistas.

Los jóvenes tienen el derecho de ser partícipe de la oportunidad de ser reconocido a través de los medios de comunicación. Se pudo comprobar que la audiencia desea visualizar contenidos que tengan que ver con la proyección de un futbolista juvenil.

CAPÍTULO IV. DISEÑO DE PROPUESTA

4.1. Propuesta "Futboleros Ec"

Programa Audiovisual sobre la difusión futbolística de los equipos de primera, segunda y tercera categoría transmitido por un canal en la plataforma YouTube.

El análisis semiótico comparativo en la transmisión de programas deportivos a través de los medios televisivos es necesario e importante, debido a que en la actualidad, estos ayudan a entender y a conocer de mejor manera las distintas situaciones que se vive en torno al ámbito deportivo, y la medida en que estos pueden influir en el criterio del público espectador.

El mal uso de los signos semióticos por parte de los medios se puede transformar en una problemática alarmante, pues la calidad de estos informativos deportivos se ve afectada por criterios enfrascados en una sola línea dándole importancia tan solo a los equipos de primera categoría.

Es imperioso que se establezca un espacio para prevenir que esta información sea bien utilizada por parte de quienes llevan adelante estos programas y así los espectadores tengan una mejor perspectiva de lo que está sucediendo a su alrededor.

Es por esta razón que se establece que los medios de comunicación deben de informar para su público, es decir, deben de transmitir las noticias de manera clara y precisa. La propuesta se basa en realizar un programa audio visual que será transmitido por medio de un canal en la plataforma de YouTube, en el cual se abordara la información acerca de los diversos clubes futbolísticos profesionales, semi-profesionales y amateurs del país, en comparación a la temática abordada por los programas Copa y Parada deportiva.

4.2. Objetivos de la propuesta

4.2.1. Objetivo general

- Plantear un programa audiovisual deportivo que será transmitido a través de la plataforma de YouTube.

4.2.2. Objetivos específicos

- Brindar oportunidades de acceso y participación a un espacio informativo-deportivo con un fuerte contenido pedagógico y social.
- Exponer al deporte como actividad alternativa preventiva ante diversos problemas sociales de la juventud.

4.3. Planeación de la propuesta

Tabla N °25. Programa Audiovisual

Nombre	Contenido	Medio	Actividades	Tipo de formato	Responsables	Tiempo
Futboleros Ec.	Entrevistas	Canal de YouTube	Cobertura, Difusión y análisis del ámbito futbolístico ecuatoriano.	Deportivo	Kevin Lucas	Sep - Oct
	Reportajes					

(Autoría propia)

Tabla N °26. Cronograma de Actividades

Cronograma de actividades	
Duración	30 minutos
Días de la semana	Domingos
Horario	19h00
Jornada	Nocturna

(Autoría propia)

A través del programa se brindara toda información concerniente a las diversas categorías de los equipos de futbol del país. El material será totalmente audiovisual, en el cual se emplearan entrevistas y reportajes para que los espectadores puedan tener más conocimiento acerca de las situaciones que se viven en el futbol ecuatoriano.

4.4. Presupuesto de la propuesta

Tabla N °27. Programa Audiovisual

Análisis semiótico comparativo de programas deportivos, sobre la difusión futbolística de Categorías Juveniles, y su recepción en los estudiantes de la Universidad de Guayaquil, 2018.						
Fecha de inicio	Marzo del 2017					
Fecha de finalización	Agosto del 2018					
Facultad responsable	Facultad de Comunicación Social					
Investigador responsable	Kevin Manuel Lucas Vélez					
Presupuesto realizado para	10.000					
Presupuesto Global de la Propuesta por Fuentes de Financiación.						
RUBROS	FASE I (Corresponde a periodo de tiempo semestral)	FASE II (Corresponde a periodo de tiempo semestral)	FASE III (Corresponde a periodo de tiempo semestral)	FUENTES		
				Universidad	Cofinanciador 1	Cofinanciador 2
GASTOS DE PERSONAL						
Personal Vinculado	3.000	2.500	2.100	150	300	200
Contratación prestación de servicios	2.800	3.000	800	400	200	178
Total gastos de personal	5.800	5.500	2.900	550	500	378
GASTOS DE VIAJES						
Viajes nacionales	2.700	1.800	1.800	600	700	600
Viajes internacionales	4.000	3.000	4.000	1.800	900	500
Total gastos de viajes	6.700	4.800	5.800	2.400	1.600	1.100
SOFTWARE, EQUIPO TECNOLÓGICO, MAQUINARIA Y EQUIPO						
Total Software y equipos tecnológico	2.500	1.800	1.500	800	800	800
Total Software	2.500	1.800	1.500	800	800	800
OTROS GASTOS						
Trámites y Licencias	80	80	80	40	40	40
Libros y Suscripciones	60	40	50	40	40	50
Papelería y fotocopias	80	80	40	30	30	20
Refrigerios	50	70	60	50	20	30
Desplazamientos/salidas de campo	50	50	50	50	40	40
Material de enseñanza	40	30	50	60	80	60
Inscripción a eventos y congresos	20	30	50	40	50	40
Publicaciones e impresos	800	100	100	60	60	50
Otros	5	3	8	3	4	5
Total otros gastos	1.185	483	488	373	364	335
SUBTOTAL	16.185	7.783	10.688	4.123	3.264	2.613
TOTAL GENERAL						10.000

(Autoría propia)

4.5. Socialización de la propuesta

Tabla N °28. Modelo de la socialización de la propuesta

Fecha-Hora	Contenido	Desarrollo	Descripción	Plan de acciones
19h00 - 19h10 Inicio: 2/9/2018 Finalización: 7/10/2018	Apertura a los comentaristas deportivos.	Socialización sobre los torneos juveniles.	Análisis de la afluencia de espectadores en estos torneos.	Difusión masiva de los calendarios de las próximas fechas a jugar.
19h10 – 19h20	Entrevistas.	Preparación física de las canteras de los equipos de categoría "A"	Comparación de la preparación de un futbolista juvenil y uno de categoría "A"	Reflexión de contenidos
19h20 – 19h30	Análisis de programas deportivos	Comparación de contenidos.	Análisis de la difusión de información en torno a las tres categorías de futbol que existen en el país.	Intervención y opinión de un mediador.

(Autoría propia)

4.6. Slogan

¡Unidos por una pasión!

4.7. Afiche



4.8. Conclusiones

1. Las bases teóricas utilizadas para el análisis semiótico comparativo de los programas Copa y Parada deportiva encontraron estudios como la influencia de los medios en la afición deportiva, la construcción de conductas en base a factores externos.
2. La metodología más viable en el análisis semiótico comparativo es la del constructivismo ya que esta permite interpretar y construir conocimientos por medio de lo receptado para orientarlo a la acción.
3. Los programas deportivos en la actualidad solo manejan una línea de contenidos en base a la difusión de información de los torneos nacionales de primera y segunda categoría.
4. La recepción de los contenidos difundidos por programas deportivos se logró medir gracias a la observación y comparación de esos en referencia a la problemática de investigación planteada.
5. La falta de difusión de información en referencia a las categorías juveniles crea un vacío en el conocimiento de las audiencias, ya que solo priorizan en los jugadores de primera y se olvidan de los que recién están empezando a luchar por un puesto en esta carrera.
6. Las diferentes cualidades de los medios de comunicación que ejercen influencia en las audiencias, puede dar por comprobada la hipótesis de esta investigación.

4.9. Recomendaciones

1. Se recomienda para comprender las variables semiótica comparativa y recepción, se analice a teóricos como Umberto Eco, Roland Barthes y Guillermo Orozco.
2. Para estructurar una investigación enfocada a la recepción de la audiencia y la construcción de criterios se recomienda utilizar la metodología del constructivismo.
3. Se invita a realizar un trabajo de campo exhaustivo utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas.
4. Se propone buscar otras plataformas para conocer más afondo la información que muchas veces es olvidada por los medios de comunicación.
5. Se recomienda a los medios de comunicación mejorar su contenido para que se promuevan toda la información sobre todos los ámbitos deportivos.
6. Se sugiere la ejecución de la propuesta en algún determinado tiempo sin especificar.

BIBLIOGRAFÍA

1. Aigeneren.Colombia (2013). Análisis de Contenido: una Introducción, p 4.
2. Aguaded,España (2014). Análisis de contenido de la programación sensacionalista pública española: propuesta de cuestionario como medidor de los hábitos de la audiencia audiovisual. p 15.
3. Aguirre; Jaramillo. Colombia (2016), *EL papel de la descripción en la investigación cualitativa*, p.187.
4. Cáceres, España (2013). Análisis Cualitativo de contenido: Una Alternativa Metodológica Alcanzable. Psicoperspectivas, p58.
5. Capetillo. España (2006). Dimensiones sociales y ambientales que influyen en la trayectoria de futbolistas juveniles. *g-se*. p 8.
6. Crespo. Ecuador (2015) análisis de los programas deportivos radiales que ayuden a promocionar las aptitudes deportivas existentes en las divisiones inferiores de los equipos del astillero (crespo 2015, p.21).
7. Delgado, Neyda; González, Emilio; Borges, Lisandra. Cuba (2015), *El proceso de descripción archivística en el Archivo de la Universidad de Ciencias Médicas de La Habana*, p. 396.
8. Eco,España (2004). Encuentros contemporáneos, Umberto eco y el Fútbol.Sscielo p4.
9. Giraldo. España (2016) *Descripción y referencia: el lenguaje como posibilidad de veracidad. Un asunto de límites de sistemas-mundo y actos de habla*. p.176.
- 10.Liceras. España medios de comunicación de masas, educación informal y aprendizajes sociales. 2005, pp. 109–124.universidad de granada.
- 11.Mendez. Colombia (2015) el reto formativo en tecnologías para el periodismo deportivo Produccioncientificaluz, p.8.
- 12.Meyer. Chile. Establecimiento de agendas en medios de comunicación: repercusiones del escándalo mediático Marín-nacif-cacho revista latina de comunicación social, vol. 12, núm. 64, 2009,p.145.
- 13.Miquel de moragas. México (2010). Deporte y medios de comunicación. Sinerías crecientes.
- 14.Morales. Colombia (2010). la influencia del discurso del periodismo deportivo en los aficionados al fútbol.

15. Moreno Cit. a, De Certeau, Colombia (2016). *La Recepción de Narcotelenovelas por Jóvenes de la Ciudad de Bogotá*. p30.
16. Moya, Ros, Bastida, Menescardi. Argentina (2013) *Estereotipos de sexo y raza en las imágenes de los libros de texto de educación física en primaria*. Redalyc.
17. Muñiz, Saldierna, Marañón y Rodríguez. México(2013) *Pantallas para ver el mundo. Estereotipación televisiva de la población indígena mexicana y generación de prejuicio*. Redalyc, p. 292.
18. Muñiz, Serrano, Aguilera y Rodríguez, México (2013), *Estereotipos Mediáticos o Sociales. Influencia del consumo de televisión en el prejuicio detectado hacia los indígenas mexicanos*, Redalyc.
19. Navarro. España. (2016). construcción de la opinión pública en los programas deportivos y su influencia por recepción de mensajes en los aficionados al fútbol.
20. Paz, Argentina (2013) *La política en los miedos de los medios y el refuerzo periodístico de estereotipos sociales: tratamiento electoral de la Izquierda en diarios cordobeses y argentinos*, Redalyc
21. Pablo alabares. Argentina (2014).el deporte en américa latina. *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en américa latina*. Buenos aires: Clacso-asdi, p. 122.
22. Quintero. Colombia (quintero (2015) artículo estructuras sintácticas y léxicas para designar los elementos del evento futbolístico Redalyc , p. 246).
23. Rosas Cit. a Guerr. Ecuador (2013). Análisis de la situación de los programas deportivos dedicados al fútbol en los canales de televisión, p 33.
24. Rosique Cit. a, Orozco, España (2013). El Estudio de la Recepción Televisiva desde la perspectiva de la Ciudadanía Organizada. p 214.
25. Rubio, Mexico (2009). Opinión pública y medios de comunicación. teoría de la agenda Setting. *Redalyc, p10*.
26. Sevillano, España (2000). Medios de comunicación educación informal y aprendizajes sociales. p 386.
27. Sosa. Mexico (2016) *entender, comprender, interpretar*. p.194.
28. Vásquez. España (2014). Procesos de Recepción Televisiva. p, 72.

29. Wallace-Salinas. Nicaragua (2013). Teorías de la audiencia activa: poder escrito con p minúscula, Redalyc, p 2.
30. Yifei. Inglaterra (2014). Tesis estudio del tratamiento del concepto de imparcialidad en las Mundo Deportivo y sport. Scielo, p.7.

Fotos del trabajo de campo



Encuestas a estudiantes de cuarto semestre de la Facultad de Educación Física



Previa explicación acerca de encuestas a alumnos de cuarto semestre de la Facultad de Educación Física.



Estudiantes de quinto semestre de la Facultad de Educación Física al momento de responder las preguntas.



Encuestas a estudiantes de quinto semestre.

Autorización para realizar investigación



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
fcs_comunicacion@ug.edu.ec

Guayaquil, 26 de julio del 2018

*Mrs. Flores
se autoriza
lo solicitado
4-8-2018*

Lcdo.
Alfredo Recalde Ayora, Mgs
Decano
Facultad de Educación Física Deportes y Recreación
Universidad de Guayaquil
Presente.-

De mis consideraciones:

Con un cordial saludo, informo a usted que el Sr. Lucas Vélez Kevin Manuel con C.I. 092739847-9, estudiante del noveno semestre de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, se encuentran realizando una investigación para su trabajo de Titulación, cuyo tema es: "ANÁLISIS SEMIÓTICO COMPARATIVO DE PROGRAMAS DEPORTIVOS Y SU RECEPCIÓN EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL AÑO 2018"

Por lo expuesto, solicito de manera comedida su autorización para que el estudiante obtenga la siguiente información:

- Acceso a desarrollar el trabajo de campo y las técnicas de investigación (Entrevistas y encuestas a los estudiantes de octavo semestre de la Carrera de Educación Física de la Universidad de Guayaquil).

La investigación se realiza con el propósito de culminar el trabajo de titulación del estudiante en mención.

Agradeciendo de antemano, la atención que dé a la presente, aprovecho para expresar mis sentimientos de consideración y estima.

Agradecido por su valioso apoyo, me suscribo.

Atentamente,

Julio César Armanza

Lcdo. Julio César Armanza A. M Sc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COM. SOCIAL



*Recibido
08/08/2018
10h05
AA*

Indicador: Imaginarios Colectivos

edad

Técnica: Test Proyectivo.

SEXO	EDAD

1) De acuerdo a las siguientes imágenes y tomando en cuenta los presentadores deportivos ¿Ha visto alguno de estos programas cuál?



Indicador: Imaginarios Colectivos

Técnica: Cambio de Roll

2) ¿Si fueras un futbolista joven y recién inicia su carrera deportiva, te motivaría salir en la televisión? ¿Por qué?

Indicador: Imaginarios Colectivos

Técnica: encuesta

- 3) **¿Cree que es importante que los medios de comunicación muestren el talento de los futbolistas jóvenes para desarrollo profesional y para hacerse conocer antes los equipos de primera categoría?**

SI	
NO	

Indicador: Imaginarios Colectivos

Técnica: Escala de Likert

- 4) **¿Cuánta atención o expectativa genera visualizar un partido de futbol de categorías jóvenes?**

Nada	
Poco	
Bastante	
Mucho	
Demasiado	

Variable: Semiótica Comparativa

Dimensión: Interpretación Simbólica

Indicador: Diversidad Cultural

Técnica: Cambio de Roll

5) ¿Si usted fuera director de un programa deportivo daría espacio a talentos juveniles de fútbol, por qué?

Indicador: Diversidad Cultural

Técnica: Entrevista semiestructurada

6) ¿Por qué el campeonato de selecciones menores no causa el mismo impacto que un mundial de mayores?

Indicador: Diversidad Cultural

Técnica: Escala de Intensidad

7) ¿Está de acuerdo con que los programas deportivos le den mayor importancia al fútbol de primera categoría “A”?

- 1 Poco _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____
- 6 _____
- 7 _____
- 8 _____
- 9 _____
- 10 Mucho _____

Indicador: Diversidad Cultural

Técnica: Encuesta

8) ¿Conoces de la participación en el campeonato sudamericano, de la selección de Ecuador sub 16?

SI	
NO	

Variable: Semiótica Comparativa

Dimensión: Análisis de contenido televisivo

Indicador: Rutina Televisiva

Técnica: Test proyectivo

9) ¿Con cuál de los siguientes presentadores deportivos se siente más acogido?

Washington Sánchez



Ronald Vera



Indicador: Rutina Televisiva

Técnica: Encuesta

10) ¿Te gustaría que se implemente una ley de comunicación donde se exija que los programas deportivos transmitan mínimo 20 minutos de espacio dedicado al talento juvenil?

SI	
NO	

Indicador: Rutina Televisiva

Técnica: Escala de Likert.

11) ¿Le parece a usted correcto la inhabilitación del reglamento dónde se obligaba a los equipos de primera categoría a alinear en el 11 titular a 1 futbolista juvenil?

Nada	
Poco	
Bastante	
Mucho	
Demasiado	

Variable: Recepción

Dimensión: Estereotipos Sociales

Indicador: Grupos Específicos

Técnica: Test Proyectivo



Entrevista Giancarlos Terreros - Seleccionado de Ecuador Sub. 20

12) ¿Cree usted que los medios de comunicación son los principales mediadores para mostrar los futbolistas a los clubes cazatalentos? Por qué?

Indicador: Grupos Específicos

Técnica: Escala de Intensidad

13) ¿Está de acuerdo usted en que los programas deben modificar su estructura y generar más espacios de interacción con los jóvenes deportistas?

- 1 De Acuerdo _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____
- 6 _____
- 7 _____
- 8 _____
- 9 _____
- 10 Desacuerdo _____

Indicador: Grupos Específicos

Técnica: Encuesta

14) ¿Cree usted que los jóvenes desarrollan su potencial futbolístico debutando en primera categoría. Por qué?

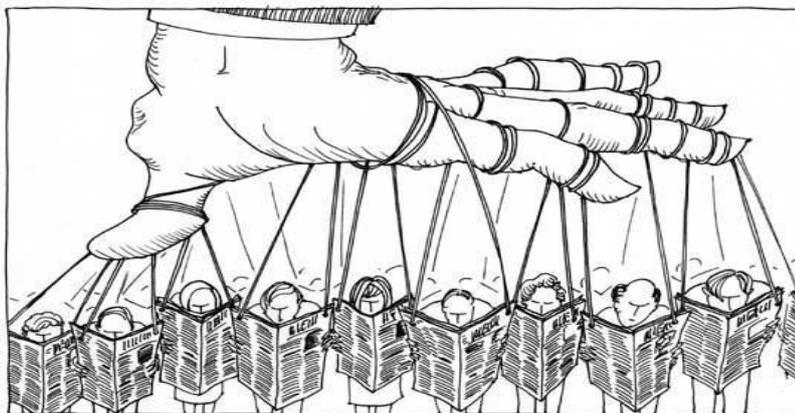
SI	
NO	

Variable: Recepción

Dimensión: Estereotipos Sociales

Indicador: Selección de Contenidos

Técnica: Test proyectivo



15) ¿Si usted pudiera elegir el contenido de información deportiva en el programa, se alejaría mucho de lo que en la actualidad nos emiten la mayor parte de los programas deportivos?

Indicador: Selección de Contenidos

Técnica: Encuesta

16) ¿Está de acuerdo con que en el programa Copa solo le den espacio a los jóvenes futbolistas de la Cantera de Alfaro Moreno (Presentador de COPA)? Argumente.

SI	
NO	

Variable: Semiótica Comparativa

Dimensión: Interpretación de los procesos descriptivos

Indicador: Habilidades Cognitivas

Técnica: Test proyectivo

Partido sub-20



Selección Ecuador Mayores



17) De acuerdo a la siguiente imagen ¿Por qué cree usted que los televidentes tienen más interés por los equipos profesionales de mayores?

Indicador: Habilidades Cognitivas

Técnica: Encuesta

18) ¿Le produce más euforia un gol de un gol de Cristiano Ronaldo que uno de Marlon Mejía? Argumente.

SI	
NO	

Variable: Semiótica Comparativa

Dimensión: Interpretación de los procesos descriptivos

Indicador: Interés Social

Técnica: Cambio de Roll

19) Si usted fuera presidente de la FEF que estrategia diseñara para impulsar el campeonato nacional juvenil?

Indicador: Interés Social

Técnica: Encuesta

20) ¿Está de acuerdo en que se le dé más oportunidades en los espacios deportivos a los jóvenes para desarrollo de su carrera futbolística. Por qué?

SI	
NO	
