



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TEMA:

**EXPRESIONES IDIOMÁTICAS DE LOS PERIODISTAS DEPORTIVOS Y SU
RECEPCIÓN DEL CONTENIDO DEPORTIVO EN LOS HABITANTES DEL
SUROESTE DE GUAYAQUIL, 2018.**

AUTOR:

PAÚL ANDRÉS SANDOVAL FIERRO

TUTORA:

LCDA. BETTY GARCÍA BOHÓRQUEZ, MSC

GUAYAQUIL- ECUADOR

2018-2019



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

TEMA:

**EXPRESIONES IDIOMÁTICAS DE LOS PERIODISTAS DEPORTIVOS Y SU
RECEPCIÓN DEL CONTENIDO DEPORTIVO EN LOS HABITANTES DEL
SUROESTE DE GUAYAQUIL, 2018.**

AUTOR:

PAÚL ANDRÉS SANDOVAL FIERRO

TUTORA:

LCDA. BETTY GARCÍA BOHÓRQUEZ, MSC

GUAYAQUIL- ECUADOR

2018-2019



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido en los habitantes del Suroeste de Guayaquil, 2018		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Sandoval Fierro Paúl Andrés		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Revisor, Fátima Castro Torres, MSc. Tutora, Lcda, Betty García Bohórquez, MSc.		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Comunicación Social		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Comunicación Social		
GRADO OBTENIDO:	Licenciado en Ciencias de la Comunicación		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	109
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación y cultura periodística		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Comunicación, expresiones idiomáticas, recepción del contenido deportivo, periodista deportivo, terminologías.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): Problema: ¿Cómo inciden las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos en los habitantes de la del Suroeste de Guayaquil? Objetivo: Analizar las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos en los habitantes del Suroeste de Guayaquil. Hipótesis: ¿Existe un porcentaje significativo sobre expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes del Suroeste de Guayaquil? Tipo: Descriptivo. Diseño: No experimental. Metodología: Analítico, sintético y bibliográfico. Técnicas: Seis técnicas: dos cualitativas y cuatro cuantitativas. Muestra: Muestreo probabilístico. Resultados: Se comprueba que las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos sí inciden en la vida de los habitantes del Suroeste de Guayaquil, aumentando su conocimiento cuando estos se encuentran sintonizando los encuentros deportivos y ven positivo la adaptación de términos en la disciplina del fútbol. Propuesta: Diseño de una plataforma virtual en el que hablen la diversidad de expresiones idiomáticas en el mundo del fútbol, desde sus conceptos, historia y origen.			
ADJUNTO PDF:	☐ SI	☐ NO	
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono: 0992150919	E-mail: paul.sandovalf@ug.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Betty García Bohórquez		
	Teléfono: 0985918100		
	E-mail: betty.garciab@ug.edu.ec		



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 21 de febrero del 2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado MSc. Betty García Bohórquez, tutora del trabajo de titulación Expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes del Suroeste de Guayaquil, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por Sandoval Fierro Paúl Andrés con C.C. No. **0951807510**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, en la Carrera/Facultad, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Lcda. Fátima Castro Torres, MSc

DOCENTE TUTOR REVISOR

C.C. No. 0908457211



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

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

Yo, SANDOVAL FIERRO PAÚL ANDRÉS con C.C. No. 0951807510, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “Expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes del Suroeste de Guayaquil” 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

SANDOVAL FIERRO PAÚL ANDRÉS

C.C. No. 0951807510

*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 académicos.



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **MSc. BETTY GARCÍA BOHÓRQUEZ**, tutora del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **Paúl Andrés Sandoval Fierro, C.C.: 0951807510**, 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: **"EXPRESIONES IDIOMÁTICAS DE LOS PERIODISTAS DEPORTIVOS Y SU RECEPCIÓN DEL CONTENIDO EN LOS HABITANTES DEL SUROESTE DE GUAYAQUIL, 2018"**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio (indicar el nombre del programa antiplagio empleado) quedando el 4% de coincidencia.

Id.	Categoría	Calificación de archivo
1	Web	100% (100%)
2	Web	100% (100%)
3	Web	100% (100%)
4	Web	100% (100%)
5	Web	100% (100%)
6	Web	100% (100%)
7	Web	100% (100%)
8	Web	100% (100%)
9	Web	100% (100%)
10	Web	100% (100%)
11	Web	100% (100%)
12	Web	100% (100%)
13	Web	100% (100%)
14	Web	100% (100%)
15	Web	100% (100%)
16	Web	100% (100%)
17	Web	100% (100%)
18	Web	100% (100%)
19	Web	100% (100%)
20	Web	100% (100%)
21	Web	100% (100%)
22	Web	100% (100%)
23	Web	100% (100%)
24	Web	100% (100%)
25	Web	100% (100%)
26	Web	100% (100%)
27	Web	100% (100%)
28	Web	100% (100%)
29	Web	100% (100%)
30	Web	100% (100%)
31	Web	100% (100%)
32	Web	100% (100%)
33	Web	100% (100%)
34	Web	100% (100%)
35	Web	100% (100%)
36	Web	100% (100%)
37	Web	100% (100%)
38	Web	100% (100%)
39	Web	100% (100%)
40	Web	100% (100%)
41	Web	100% (100%)
42	Web	100% (100%)
43	Web	100% (100%)
44	Web	100% (100%)
45	Web	100% (100%)
46	Web	100% (100%)
47	Web	100% (100%)
48	Web	100% (100%)
49	Web	100% (100%)
50	Web	100% (100%)
51	Web	100% (100%)
52	Web	100% (100%)
53	Web	100% (100%)
54	Web	100% (100%)
55	Web	100% (100%)
56	Web	100% (100%)
57	Web	100% (100%)
58	Web	100% (100%)
59	Web	100% (100%)
60	Web	100% (100%)
61	Web	100% (100%)
62	Web	100% (100%)
63	Web	100% (100%)
64	Web	100% (100%)
65	Web	100% (100%)
66	Web	100% (100%)
67	Web	100% (100%)
68	Web	100% (100%)
69	Web	100% (100%)
70	Web	100% (100%)
71	Web	100% (100%)
72	Web	100% (100%)
73	Web	100% (100%)
74	Web	100% (100%)
75	Web	100% (100%)
76	Web	100% (100%)
77	Web	100% (100%)
78	Web	100% (100%)
79	Web	100% (100%)
80	Web	100% (100%)
81	Web	100% (100%)
82	Web	100% (100%)
83	Web	100% (100%)
84	Web	100% (100%)
85	Web	100% (100%)
86	Web	100% (100%)
87	Web	100% (100%)
88	Web	100% (100%)
89	Web	100% (100%)
90	Web	100% (100%)
91	Web	100% (100%)
92	Web	100% (100%)
93	Web	100% (100%)
94	Web	100% (100%)
95	Web	100% (100%)
96	Web	100% (100%)
97	Web	100% (100%)
98	Web	100% (100%)
99	Web	100% (100%)
100	Web	100% (100%)

<https://secure.orkund.com/view/46339156-982092-697526>

MSc. BETTY GARCÍA BOHÓRQUEZ
NOMBRE DEL DOCENTE TUTOR
C.C. 0908308356



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 21 DE FEBRERO DE 2019

Sr.

**DIRECTOR (A) DE LA CARRERA/ESCUELA
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 "Expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes del Suroeste de Guayaquil, 2018" del Estudiante SANDOVAL FIERRO PAÚL ANDRÉS, indicando 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 (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

MSc. BETTY GARCÍA BOHÓRQUEZ.
TUTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN
C.C. 0908308356



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 21 de febrero del 2019

Sr. MSc. JULIO CÉSAR ARMANZA
DIRECTOR (A) DE LA CARRERA/ESCUELA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
 Ciudad, -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación **"EXPRESIONES IDIOMÁTICAS DE LOS PERIODISTAS DEPORTIVOS Y SU RECEPCIÓN DEL CONTENIDO DEPORTIVO EN LOS HABITANTES DEL SUROESTE DE GUAYAQUIL, 2018"** del estudiante Paúl Andrés Sandoval Fierro. 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 20 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 5 años en su mayoría.
- 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 el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que la estudiante **Sandoval Fierro Paúl Andrés** está apta para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Leda. Fátima Castro Torres, MSc.
 DOCENTE TUTOR REVISOR
 C.C. 0908457211



Facultad de Comunicación Social

Carrera de Comunicación Social

Unidad de Titulación

“Expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido en los habitantes del Suroeste de Guayaquil, 2018”

Autor: PAÚL ANDRÉS SANDOVAL FIERRO

Tutor: LCDA. BETTY GARCÍA BOHÓRQUEZ, MSc.

Resumen

Problema: ¿Cómo inciden las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos en los habitantes del Suroeste de Guayaquil? **Objetivo:** analizar las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos en los habitantes del Suroeste de Guayaquil. **Hipótesis:** ¿Existe un porcentaje significativo sobre expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes del Suroeste de Guayaquil? **Tipo:** descriptivo. **Diseño:** no experimental. **Metodología:** analítico, sintético y bibliográfico. **Técnicas:** seis técnicas: dos cualitativas y cuatro cuantitativas. **Muestra:** muestreo probabilístico. **Resultados:** se comprueba que las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos sí inciden en la vida de los habitantes del Suroeste de Guayaquil, aumentando su conocimiento cuando estos se encuentran sintonizando los encuentros deportivos y ven positivo la adaptación de términos en la disciplina del fútbol. **Propuesta:** diseño de una plataforma virtual en el que hablen la diversidad de expresiones idiomáticas en el mundo del fútbol, desde sus conceptos, historia y origen.

Palabras Claves: comunicación, expresiones idiomáticas, recepción del contenido deportivo, periodista deportivo, terminologías.

Docente: Yana Inzhiotkina

CC: 0959126475



Facultad de Comunicación Social
Carrera de Comunicación Social
Unidad de Titulación

“Idiomatic expressions of sport journalist and reception of the content by the inhabitants South-West of Guayaquil, 2018”

Author: PAÚL ANDRÉS SANDOVAL FIERRO

Scientific advisor: BETTY GARCÍA BOHÓRQUEZ, MSc.

Abstract

The problem: how do the idiomatic expressions of sports journalist affect the inhabitants of South- West of Guayaquil? **The Objective:** to analyze the idiomatic expressions of sports journalist in the inhabitants of South-West, Guayaquil. **Hypothesis:** there a significant percentage of idiomatic expressions of sports journalist and their reception of sports content in the inhabitants of South-West of Guayaquil? **The type:** descriptive. **Design:** not experimental. **Methodology:** analytical, synthetic and bibliographic. It was used 6 techniques: two qualitative and four quantitative. **Statitics:** probabilistic sampling. **Results:** verified that the idiomatic expressions of the sports journalist do affect the lives of the inhabitants of South-West of Guayaquil, increasing their knowledge when they are tuning the football matches and they see positive adaptation of terms in football. **Proposal:** to desing speak, from their concepts, history and origin.

Key Words: communicate, idiomatic expressions, reception of sports content, sports journalist, terminologies.

Docente: Yana Inzhiotkina

CC: 0959126475

AGRADECIMIENTO

A la vida por darme una oportunidad más de salir adelante con mis proyectos personales, académicos y profesionales y en el que de a poco se ha ido cumpliendo con perseverancia, vocación y entusiasmo.

Un agradecimiento inmenso a mi familia, en especial a mis padres que por su apoyo de forma incondicional; Iván Sandoval Aguirre y Mónica Fierro Orellana, supe mostrar una actitud positiva hasta el término de mi carrera, sin perder el rumbo de mis objetivos principales.

A mi novia Gabriela Reyes que, por su compañía, pude sacar lo mejor de mí en cada semestre, sobre todo en los últimos, donde conseguí grandes experiencias en medios de comunicación y mucho crecimiento profesional y personal.

A mis amigos de la Facultad de Comunicación Social, Luis Morán, André Carrasco, Luis Rocafuerte, Manuel Intriago, que fueron el sostén de una gran relación de futuros comunicadores y de una maravillosa amistad a lo largo del tiempo en las aulas de clases.

A mi tutora Lcda. Betty García. Msc, por sus conocimientos notables e impartidos para hacer realidad este trabajo de investigación.

Gracias infinitas, los aprecio.

Paúl Andrés Sandoval Fierro

DEDICATORIA

Dedico este logro a las personas que confiaron siempre en mí, que, teniendo muchas dificultades, supieron valorarme en todo momento y me permitieron llegar lejos con esta hermosa vocación de ser comunicador social, ya definiendo otras de mis metas cumplidas con todos los procesos que comprende seguir durante el tiempo que promete la carrera.

Dedico este triunfo a mí mismo, por la manera que quise comprometerme hasta el final y sabiendo que el camino no iba a ser nada fácil, que a pesar de críticas, de sucesos fuera de lo habitual, de la poca motivación que existe para trabajar y los problemas que uno pasa en las calles día a día, tuve valor y demostrar con valentía sobre las cosas difíciles de conquistar, y en el que, terminan siendo son mejores cuando es con lucha y amor.

Paúl Andrés Sandoval Fierro

ÍNDICE

<i>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</i>	III
Resumen	IX
AGRADECIMIENTO	XI
DEDICATORIA	XII
CAPÍTULO I	4
1. El PROBLEMA	4
1.1. Planteamiento del Problema	4
1.2. Formulación del problema y sistematización	6
1.2.1. Formulación del Problema	6
1.2.2. Sistematización del problema	6
1.3. Objetivos de la Investigación	7
1.3.1. Objetivo General	7
1.3.2. Objetivos Específicos	7
1.4. Justificación	8
1.5. Delimitación del problema	9
1.6. Hipótesis	9
1.7. Determinación de las Variables	9
1.7.1. Variable x1	9
1.7.2. Variable x2	9
1.8. Definición Conceptual de las variables	10
CAPÍTULO II	12
2. MARCO TEÓRICO	12
2.1. Antecedente de estudio	12
2.2. Fundamentación teórica	16
2.3. Marco Contextual	30
2.4. Marco Conceptual	31
2.5. Marco Legal	35
CAPÍTULO III	40
3. METODOLOGÍA	40
3.1. Diseño de la investigación	40
3.1.1. Investigación no experimental	40

3.2. Tipo de investigación	40
3.2.1. Descriptivo:	40
3.3. Métodos de investigación	40
3.3.1. Sintético:	41
3.3.2. Analítico:	41
3.3.3. Bibliográfico:	41
3.4. Instrumentos y técnicas	41
3.4.1. Instrumento:	41
3.4.2. Técnicas de investigación	42
3.4.3. Cambio de roles	42
3.4.4. Test proyectivo	43
3.4.5. Escala verbal	43
3.4.6. Escala de Likert	43
3.4.7. Escala de Thurstone	43
3.4.8. Encuestas	43
3.5. Muestra	44
3.5.1 Muestreo probabilístico	44
3.6. Análisis de resultados	45
3.7. Comprobación de la hipótesis	66
CAPÍTULO IV	67
4. PROPUESTA	67
4.1 Tema	67
4.1.1. Nombre del Proyecto	67
4.1.2. Técnica	67
4.1.3. Cobertura	67
4.1.4. Ubicación	68
4.1.5. Tiempo	68
4.1.6. Responsable	68
4.1.7. Económico	68
4.1.8. Financiamiento	68
4.2. Antecedentes	68
4.3. Justificación	69
4.4. Objetivos	69

4.4.1. Objetivo General	69
4.4.2 Objetivos Específicos.....	70
4.5. Contenido de la propuesta	70
4.6. Descripción de la propuesta	71
4.7. Afiche de promoción de la propuesta.....	72
4.8. Recursos	72
4.8.1. Recursos técnicos.....	72
4.8.2. Recursos de papelería	73
4.9. Conclusiones	73
4.10. Recomendaciones	74
4.9. Bibliografía	75
APÉNDICES	77
Anexos de fotografías	83
Imagen 1. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil.....	83
Imagen 2. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil.....	83
Imagen 3. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil.....	84
Imagen 4. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil.....	84
Imagen 5. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil	84
Imagen 6. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil.....	84
Imagen 7. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil.....	84
Imagen 8. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil.....	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Expresiones idiomáticas de las narraciones deportivas que se identifica más	45
Gráfico 2. Expresión del periodista deportivo Fabián Gallardo	46
Gráfico 3. Negativa adaptación de términos en el fútbol.....	48
Gráfico 4. Términos ajenos de otras disciplinas deportivas no ofrecen algún aporte.....	49
Gráfico 5. Formación de un equipo con extranjerismos o en español	50
Gráfico 6. Extranjerismos en el lenguaje deportivo.....	51
Gráfico 7. Vulgarismo en la portada de un periódico	52

Gráfico 8. Vulgarismo para embellecer el lenguaje deportivo	53
Gráfico 9. Vulgarismo como conocimiento adicional en el periodismo deportivo	54
Gráfico 10. Vulgarismos acogidos del sector urbano	55
<i>Gráfico 11. Lenguaje común del periodista deportivo</i>	<i>57</i>
<i>Gráfico 12. Metáforas emitidas por periodistas deportivos</i>	<i>59</i>
Gráfico 13. Comparaciones en el campo de juego.	60
<i>Gráfico 15. Siglas en el fútbol</i>	<i>63</i>
<i>Gráfico 16. Epónimos deportivo.....</i>	<i>64</i>
<i>Gráfico 17. Propuesta.....</i>	<i>65</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa geográfico.....	9
Figura 2. Parroquia Febres Cordero, sector Suroeste de Guayaquil. Información adaptada de la investigación directa	30

ÍNDICES DE CUADROS

Cuadro 1 ¿Con qué expresiones idiomáticas de las narraciones deportivas se identifica más?	45
Cuadro 2. Expresión del periodista Fabián Gallardo	46
Cuadro 3. Positiva la adaptación de términos en el fútbol.....	47
Cuadro 4. Negativa de adaptación de términos en el fútbol	48
Cuadro 5. Términos ajenos de otras disciplinas deportivas no ofrecen algún aporte	49
Cuadro 6. Formación de un equipo con extranjerismos o en español	50
Cuadro 7. Extranjerismos en el lenguaje deportivo	51
Cuadro 8. Vulgarismo en la portada de un periódico	52
Cuadro 9. Vulgarismo para embellecer el lenguaje deportivo.....	53
Cuadro 10. Vulgarismo como conocimiento adicional en el periodismo deportivo.....	54
Cuadro 11. Vulgarismo acogidas del sector urbano	55
Cuadro 12. Lenguaje común del periodista deportivo	56
Cuadro 13. Metáforas emitidas por periodistas deportivos	58

Cuadro 14. Comparaciones en el campo de juego.....	60
Cuadro 15. Noticias deportivas.....	61
Cuadro 16. Páginas digitales.....	62
Cuadro 17. Siglas en el fútbol.....	63
Cuadro 18. Epónimos deportivos.....	64
Cuadro 19. Propuesta.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operalización de las variables	11
Tabla 2. Mundo del lenguaje deportivo. (Elaboración propia, 2019).....	72

Introducción:

En el capítulo del problema de la presente investigación sobre Expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil, se toma la iniciativa para poder conocer la incidencia que tienen el lenguaje deportivo frente a esta comunidad específica, a través de las frases más populares y sonadas en los medios de comunicación, sean en ámbito nacional o internacional.

Mediante estas expresiones idiomáticas se determina que el uso de este léxico deportivo se debe a través de la difusión que tiene cada vez más el fenómeno del fútbol, ya que actualmente los contenidos son transmitidos en televisión, radio y prensa escrita.

Este aprendizaje por las expresiones idiomáticas del fútbol en los habitantes, los estimula la cantidad de palabras que emerge el comunicador deportivo al momento de relatar un encuentro, permitiendo que la variedad de frases tenga efecto en la vida cotidiana de la Parroquia Febres Cordero por la creatividad que demuestra el profesional.

El problema de investigación que acoge el proyecto es: ¿Cómo inciden las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos en los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil, 2018?

En los elementos que se recurre para analizar las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, son los contenidos que estos ofrecen al momento de empezar a describir lo que observa y qué procesos toman parte en su vida profesional para alcanzar ese tipo de criterio en el fútbol y que consigan llegar al público.

Se tendrá en cuenta la siguiente hipótesis en la investigación en el que se conocerá qué porcentaje significativo tienen las expresiones idiomáticas en la vida de los habitantes de ese sector estudiado.

En el marco teórico, segunda parte de la investigación se define las teorías acordes a lo que reflejó las variables, dimensiones e indicadores, que sirvió para adentrar el problema, a través de especialistas que entregan un aporte importante para el sustento de la investigación. La primera parte de este apartado consistió en demostrar que, a través de la comunicación, muchas actividades se logran desarrollar con mucho éxito, siendo oportuno a la hora de interpretar una información.

Los epígrafes siguientes están delimitados en la primera variable de las expresiones idiomáticas, hallando conceptos teóricos acerca de: narrativa periodística, lenguaje deportivo, y en el caso de la recepción del contenido deportivo están: Noticias deportivas y fraseología.

Para el marco metodológico se halla en el campo de estudio las diversas técnicas que sirvieron para dar mayor credibilidad y dinamismo a la recopilación de datos, cifras, criterios, etc. Entre esas aparecen 6 técnicas de forma mixta, desde las técnicas cuantitativas y cualitativas, conocidas por su manejo de información y de la problematización del problema, analizando causantes, condicionantes y consecuencias.

Para el proyecto se tuvo en cuenta: Cambio de roles, test proyectivo, escala de likert, escala de Thurstone, Escala Verbal y escala de intensidad.

La muestra de la población se lo consiguió por medio de un muestreo probabilístico, teniendo a todas las partes de la Parroquia Febres Cordero, las mismas oportunidades para poder ser encuestados. El resultado de la fórmula arrojó una cantidad de 381 personas.

En el capítulo IV, se basó la propuesta en un diseño de una plataforma virtual en que se justificó la intencionalidad del proyecto, los objetivos, un nuevo aporte a la sociedad futbolera, el creciente nivel de los habitantes por entender las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y la manera que será llevada la información con respecto al tiempo de publicaciones.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

El presente trabajo investigativo será de carácter académico y científico, donde la necesidad de observar el fenómeno expresiones idiomáticas utilizados por periodistas deportivos y su recepción del contenido en los habitantes del Suroeste de Guayaquil, que servirá para profundizar la problemática existente a través de percepciones de especialistas y qué sugieren por medio de su comprobación y experimentación de los hechos en la actualidad. G

Las expresiones idiomáticas han llevado a lo largo del tiempo una mayor aceptación en las disciplinas deportivas, sobre todo en las vivencias del fútbol, donde muchos atribuyen esas manifestaciones exageradas a las costumbres barriales de los pueblos, de las urbes, de los lugares populares y de gran algarabía, por darle esa identidad propia como discurso producto de las emociones para comunicar lo que ve y es esa comunicación que tiene el humano de describir y detallar con su ingenio respecto a un terreno de juego.

Los comentaristas deportivos, tienden a escucharse en ocasiones cuando gritan el gol usando frases como: “rompió las mallas con ese balonazo a portería”, “traspasó la barrera”, “dejó la pelota pequeña y al arquero paralizado”.

Actualmente revistas científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal han dedicado su tiempo en observar y analizar las distintas terminologías que practican en la narrativa los locutores y cómo estas fueron aterrizadas en el fútbol, de una forma que encaja dentro de una expresión y sea entendida a pesar de no tener relación directa con lo que se está observando.

Muchas de estas palabras nacen de una etimología innata del idioma inglés y terminan siendo castellanizadas o a su vez son aceptadas de su idioma original pero trasladados a un escenario futbolero como lo son: crack, handicap, knock-out, match, meta, obstáculos, outsider, paddock, pedigree, performance, pista, poule, grand prix, preparador, prima, programa, pura sangre, ring, roadster.

Otras en cambio, desde el vocablo español surgen algunas expresiones tomadas del griego y el latín y es así que se producen estas palabras como: árbitro (de ar-biter, arbitri), grada (de gradus), jugar (de iocari), portero (de portarius) y césped (de caespes, caespitis).

Entre similar situación tenemos a periodistas deportivos que resaltan los movimiento de tácticas, como adelantar las líneas para que el rival caiga en la trampa del offside, otro término que normalmente puede ser más fácil conocido como fuera de lugar, ya que eso son partes de las reglas del juego y así en el idioma castellano ha sido aceptado.

En la cultura del fútbol, la variedad de frases se enlazan con los neologismos y a veces manifestaciones representadas en otra disciplina, no obstante estas herramientas se usan para embellecer y concluir lo dicho, es decir, darle ese toque y estilo al lenguaje creativo, claro ejemplo se encuentra también desde los deportes más populares que la audiencia o conocedor distingue como el Básquet y el tenis: “Back Central”, “foward”, “winnner”, marcador de tennis, abrir la cancha, achicar espacios, ensanchar la cancha, vascular correctamente, son algunas frases que forman parte en la actualidad por la prensa deportiva, zona de gestación.

Esto lleva mucho tiempo y pese a ser parte de una reiteración de enunciados, estos ya conforman en la civilización humana como parte de su cultura, aumentando con los días, los meses y los años, nuevas formas de comunicación, el estilo de narrador al exagerar a los 22 jugadores

guerreros de una épica batalla campal, muchas veces como poesía y desde luego, neologismos cada vez más acentuados en el argot futbolero.

En América del Sur, también se puede apreciar los modos de conocer a un futbolista cuya habilidad se lo puede describir en el fútbol, debido a su expansión, aportaciones de pueblos como el argentino, el brasileño, el chileno o el uruguayo, países donde este deporte cuenta con millones de aficionados. Regates como la rabona, la bicicleta, la cola de vaca; disparos como el lusitanismo folhamorta; resultados sorpresas como el maracanazo; jugadas arriesgadas como la domingada (arte de salir del área propia a toda calma, jugando el balón), voces italoargentinas como el gambeteador, ‘regateador’, o el pasto para nombrar el terreno de juego.

En los habitantes del Suroeste de Guayaquil, se ha contabilizado innumerables formas de lo que sucede en una cancha no profesional, en este lugar no cuenta con las mismas condiciones de un estadio de fútbol reglamentario, pero la pasión por el fútbol vendría a ser la misma.

1.2. Formulación del problema y sistematización

1.2.1. Formulación del Problema

¿Cómo inciden las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos en los habitantes del Suroeste de Guayaquil?

1.2.2. Sistematización del problema

¿De qué manera inciden las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos en los habitantes del Suroeste de Guayaquil?

¿Cuáles son las fuentes científicas que sustentan mi investigación sobre expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes del Suroeste de Guayaquil?

¿Qué métodos y técnicas serán aplicables para la investigación del tema expresiones idiomáticas de los comentaristas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes del Suroeste de Guayaquil?

¿Qué beneficios tendrán los habitantes del Suroeste de Guayaquil al proponer una plataforma virtual sobre expresiones idiomáticas para su comprensión del contenido deportivo?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

- Analizar las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes del, Suroeste de Guayaquil.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar la incidencia que tienen las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos en los habitantes del Suroeste de Guayaquil.
- Seleccionar las fuentes bibliográficas que sustentan mi investigación sobre expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido en los habitantes del Suroeste de Guayaquil.
- Elaborar una plataforma virtual con las expresiones idiomáticas para el mejoramiento del conocimiento de los habitantes del Suroeste de Guayaquil

1.4. Justificación

Las expresiones del fútbol, tienen gran alcance en la vida rutinaria en la pasión del aficionado, que refleja sus intereses de distracción con pasar ese momento del día, consumiendo fútbol en televisión o practicar con sus amigos.

En el Suroeste de Guayaquil, es necesario investigar el conocimiento de los habitantes sobre el lenguaje deportivo, porque esta se expone a través de las transmisiones deportivas y se encuentra distintas expresiones idiomáticas, cuando esta se narra en un partido de fútbol y en cada jugada del encuentro.

Es importante destacar también que dar a conocer el léxico del periodista, ayudará a la sociedad futbolera querer integrarse a este argot, no solamente oyentes o televidente, sino además, de futuros profesionales que ejerzan la carrera de comunicador deportivo y de interesarse por el desarrollo crítico de lo que emite, como parte de una cultura global futbolística.

El aporte que se dará a este sector del suroeste de Guayaquil, será a través actividades dentro de la plataforma social Facebook acerca de las expresiones idiomáticas, uno de los detalles será la diversificación de conceptos de tales expresiones dadas en el fútbol, en lo que ayudará a aumentar el conocimiento de lo se suscita en un terreno de juego.

1.5. Delimitación del problema

Figura 1. Mapa geográfico



Fuente: www.googlemaps.com

Figura 1 Mapa geográfico

Elaborado por: Paúl Andrés Sandoval Fierro

Ubicación: Parroquia Febres Cordero, Suroeste de la ciudad de Guayaquil

La parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil, será el lugar seleccionado para desarrollar el trabajo de investigación sobre el fenómeno de las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos, ya que los motivos para estar recopilando información en ese sector, es debido al tiempo y el dinero invertido en el plazo estipulado.

Fuente: Paúl Andrés Sandoval Fierro

1.6. Hipótesis

¿Existe un porcentaje significativo sobre expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes del Suroeste de Guayaquil?

1.7. Determinación de las Variables

1.7.1. Variable x1: Expresiones Idiomáticas

1.7.2. Variable x2: Recepción del contenido deportivo

1.8. Definición Conceptual de las variables

Expresiones: “Es un conjunto de palabras que forma sentido. Pese a que el término suele ser utilizado como sinónimo de oración, una frase puede no llegar a constituir oración que es una unidad de sentido con autonomía sintáctica” (Definición.de, 2018).

Idiomáticas: “Propio y peculiar de una lengua determinada” (dictionary, 2018).

Recepción: Es un concepto vinculado al verbo recibir (obtener, aceptar, tomar algo). La recepción, por lo tanto, puede ser el resultado de esta acción: “*La fuerte tormenta impide la recepción de llamadas*”, “*Aunque trató de moverse del lugar, no pudo evitar la recepción del golpe*”, “*El jugador del equipo local falló en la recepción del balón tras el potente saque del rival*”.“ (Definición.de, 2018)

Contenido: “El contenido también es la información que presenta una obra o publicación. En este caso, los contenidos están compuestos por distintos datos y temas” (Definición.de, 2018).

Deportivo: Deportivo, por su parte, es aquello asociado al deporte, un juego, un pasatiempo o una competencia que implica una cierta actividad física y que se desarrolla de acuerdo a determinadas reglas (Definición.de, 2018).

Tabla 1. Operalización de las variables

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES		
Variable	Dimensión	Indicador
Expresiones Idiomáticas	* Narrativa periodística	Ambigüedad lingüística Prestación de palabras
	*Lenguaje deportivo	* Vulgarismo *Metáforas
Recepción del contenido deportivo	Noticias deportivas	*Canales audiovisuales *Páginas web
	Fraseología	*Siglas y acrónimos *Epónimos deportivos

Elaborado por: Paúl Andrés Sandoval Fierro

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedente de estudio

A nivel del mundo

Agulló Albuixech, en su obra titulada *“Diccionario de Términos Deportivos”* se refiere así a las terminologías usadas en el deporte.

[...] “La terminología de cada deporte viene acuñada desde su país de origen, o al menos de aquél en el que adquiere más desarrollo; por ello, el lenguaje deportivo español contiene numerosos términos procedentes del francés, inglés, alemán, italiano, holandés, portugués, etc”. (Agulló, 2003).

Las expresiones idiomáticas forman parte de un nuevo lenguaje, su empleo informal, desde el origen de las palabras, derivan de combinaciones terminológicas foráneas para obtener un estilo propio en este campo, muchas de las denominaciones reposan en la mente del locutor o comentarista con el fin de sorprender al espectador.

A nivel sudamericano

En un artículo extraído de la Revista de educación sobre *“Sólo en español”: una reflexión sobre la norma monolingüe y la realidad multilingüe en los centros escolares*”, puntualiza las causas que desarrollan nuevos modismos de comunicación:

[...] “Todos estos factores han contribuido al aumento de la diversidad lingüística en las sociedades occidentales, una diversidad que no es ni mucho menos nueva, pero que ahora se

hace más notoria, más abierta e introduce algunos cambios importantes en la vida social y en las relaciones intercomunitarias” (Martín & Mijares, 2007).

El autor recalca la libertad que tiene el ser humano de obtener cada día opciones de comunicar y llegar a la sociedad con la innovación de palabras, muchas veces empezadas por neologismos que son aceptadas por su enorme presión por la tendencia o moda producida por las personas.

A nivel local:

En la investigación *“Análisis del Uso de modismos y términos anglosajones en el idioma Español y su incidencia comunicacional y cultural en los estudiantes de la carrera de comunicación social de FACSO”*, sostiene:

[...] “Analizar este tema permitirá un conocimiento transcendental en el campo morfológico y fonético de vocablos españoles y su interacción con extranjerismos ingleses. La incorporación del inglés a otras lenguas en este caso al idioma hispano es un proceso que va más allá de una insistente influencia de lo relacionado con la cultura inglesa sino a una evolución transgresora que sufre un léxico con una característica definida” (Castro, 2017).

Hoy en día, el inglés es el idioma donde más se emplea como uso de palabra común en el castellano en todos los ámbitos. En el fútbol se ejemplifica más que en otras profesiones por la labor que tiene el periodista para tener más material de palabra al momento de hablar sobre un suceso futbolístico.

Reseña histórica de mis variables

Las expresiones idiomáticas y la recepción del contenido deportivo, son las variables que cuenta mi investigación para encontrar la relación que tienen entre ellas y cómo facilitaría la

comprensión en los habitantes del sector Francisco Segura, acorde a las teorías y métodos que se usarán durante del desarrollo y final del presente proyecto. Con esto se pretende profundizar y obtener las conclusiones pertinentes.

Comunicación.

La comunicación es una transmisión de ideas entre dos o más personas, que buscan compartir un interés común mediante la interpretación de señales, gestos, palabras, de un determinado mensaje.

Un tratado esencial es la Teoría de la comunicación: Epistemología y análisis de la referencia presenta la siguiente definición:

[...] “La comunicación se utiliza a nivel biológico como un medio para asegurar la supervivencia de las especies; por tanto, es un mecanismo de dominio sobre el medio y a la vez, de la adaptación. En la especie humana cumple estas mismas funciones y además se amplía el uso de la comunicación al manejo del medio creado por el propio hombre” (Serrano & Piñuel, 1982, pág. 104) .

La comunicación según Serrano, es una necesidad que tiene el ser humano para identificar, conocer, destacar, comprender, mediante el discurso acorde a las circunstancias en tiempos inmemoriales, por ende, forma parte de su naturaleza, es parte de un proceso fundamental para la sobrevivencia.

En su trabajo “*Pensar en la comunicación*”, Wolton analiza la comunicación como un vínculo cada vez más directo con el usuario, donde los medios tecnológicos han aportado mucho en lo que respecta a interacción instantánea:

[...] “ La comunicación es también el conjunto de técnicas que, en un siglo, hizo añicos las condiciones ancestrales de la comunicación directa .Hoy en día, se entiende por comunicación tanto la comunicación directa entre dos o más personas como el intercambio a distancia mediatizado por las técnicas (teléfono, televisión, radio, informática, telemática, entre muchas otras)” (Wolton, 2007, pág. 24).

La retroalimentación directa, han tenido cambios significativos para solventar tiempo y espacio gracias a la tecnología y enorme su aporte por la globalización que tiene actualmente dentro de la comunicación.

En el texto, “*Comprender la Comunicación, de Antonio Pasquali*”, manifiesta que:

[...] “Comunicación es la relación comunitaria humana consistente en la emisión recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre”. (Olmedo, 2011).

La comunicación está dada por dos actores principales, el primero, que dirige un mensaje a través de una idea, un sentimiento, y el segundo, el que busca una reacción en la otra persona y que sea una información devuelta. Es importante que se tenga un entorno sintonizado entre ambos elementos para poder funcionar correctamente.

De acuerdo al autor (Stener & Berelson, 1964) “El acto o proceso de transmisión que generalmente se llama comunicación, consiste en la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, mediante el empleo de signos y palabras”.

La comunicación consiste en transmitir, informar o dar a conocer las ideas o pensamientos que se generan, por medio de los diferentes medios o canales de comunicación. Los códigos

lingüísticos, no lingüísticos visual y gestual, siempre están a disposición de la sociedad para poder ser interpretadas y la creación de ellas también, la emisión de mensajes es parte intrínseca de los individuos.

2.2. Fundamentación teórica

Expresiones idiomáticas

En el apartado “*Expresiones idiomáticas en clases de Español*”, hace hincapié la capacidad que tiene el ser humano para expresarse creativamente que otros seres vivos.

[...] “El hombre expresa sus deseos, ideas, sentimientos, a través del habla, lo que lo diferencia de los otros animales. Y más que esto, el hombre sabe comunicarse tanto de manera objetiva como subjetiva, o sea, metafóricamente” (Pontes & Silveira, 2012).

Las expresiones idiomáticas nacen mediante la necesidad del ser humano de suplir momentos reales a cosas irreales, esto no simplemente se da en profesiones o en el arte sino como una cultura en general, es un aprendizaje desde pequeños para describir lo que percibe.

[...] “Las expresiones idiomáticas, resumidamente, de cuño popular, son caracterizadas por la imposibilidad de la identificación de su significado a través de las palabras individualmente o de su sentido literal; y (muchas veces) no se puede ni cambiar las palabras de local, ni conjugar de otra manera los termos de la expresión” (Pontes & Silveira, 2012).

En un sentido más rígido el autor menciona que este recurso es un “nuevo lenguaje” dentro del marco del vulgarismo conocido, donde las leyes son violentadas, rompen cualquier esquema gramatical, careciendo de fundamento legal al emplearlas, sin embargo este fenómeno está muy

posicionado en la vida cotidiana de las personas que no se analiza si eso es un atentado al lenguaje.

En un fragmento de la obra *“Las expresiones idiomáticas y el índice de frecuencia de errores en su conocimiento encuesta en diferentes universidades de la geografía Española, expone:*

[...] “Frente al peligro del aprendizaje la lengua extranjera en un entorno extranjero (como puede ser aprender inglés en España) y de que las expresiones idiomáticas se utilicen indiscriminadamente, sin pensar si su registro será aceptado por su receptor en un determinado ambiente, es indispensable que se empleen de manera adecuada” (Pintori, 2004).

En un contexto más neutral y pacífico, existe un proceso de adaptación de las distintas terminologías con precedentes a frases o palabras ajenos al espacio y significado, quiere decir, que esto hace de un mundo lingüístico mucho menos formal y poco académico, si se aumenta con el tiempo nuevos modismos sin la comprensión de la misma.

En el estudio del tema *“Estudio contrastivo de expresiones idiomáticas en Español, Inglés y Rumano”*, explica el motivo de cómo las expresiones idiomáticas pueden tener legitimidad en las múltiples formas de uso:

[...] “Para que una expresión idiomática o metafórica se pueda tomar prestada de un idioma a otro, es imprescindible que la expresión pueda ser descodificada en el idioma meta, es decir, que los constituyentes léxicos se puedan componer de la misma manera en el idioma meta y dé como resultado la misma información comunicativa; en definitiva, que su significado idiomático se pueda recuperar” (Anca, 2006).

La variedad de palabras compuestas por una persona, es importante destacar en el epicentro de esas expresiones, que su significado esté correctamente descifrada de su lengua madre, es una disciplina que en caso de saber llevarlas, puede lucir mejor al transmitir las.

Narrativa periodística

En la obra titulada “*Hacia la comunicación transmedia*”, manifiesta:

[...] “En este contexto evolutivo, las narrativas transmedia agregan la extensión y fragmentación del relato hipertextual, y sobre todo la interactividad con la audiencia. Es decir, aprovechan lo mejor de cada plataforma para expandirse y generar una experiencia mucho más completa que se logra cuando los usuarios participan activamente en la construcción del universo narrativo”. (Irigaray & Lovato, 2014).

Actualmente el discurso del periodista deportivo tiene más alcance gracias a las redes sociales, este vínculo con la audiencia ha hecho que se globalice lo empleado durante un terreno de juego, las transmisiones de fútbol, cada vez es más íntegra. Quiere decir que las expresiones idiomáticas en la narrativa se proliferan con mayor fuerza en todos los rincones del mundo.

En el artículo “*Innovación en el periodismo emprendedor deportivo. Modelo de negocios y narrativas*” explica en qué consiste la narrativa periodística.

[...] “Consiste en la seña de identidad del periodismo que dota de sentido a la profesión. La diferenciación reside en cómo contar las historias, en explicar los detalles de lo sucedido, y en cómo presentar la información, de forma que ésta resulte lo más atractiva y original para alcanzar al público al que se dirige” (Manfredi, Rojas, & Herramz de la Casa, 2015).

El periodista deportivo es la vocación que marca una diferencia en el entorno que le rodea, lucha por legitimar detalles creativos desde la observación, queriendo imponer bases del mensaje, prolongadas cercanías en lo formal y el vulgarismo, otras ocasiones enriqueciendo su vocabulario con lenguaje técnico y al final obteniendo un buen resultado en los negocios a partir de la emotividad en que lo manifiesta.

En el compendio “*Análisis de Contenido*,” el autor da una reflexión de cómo la narrativa periodística se adapta siempre a los cambios.

“El proceso de análisis de los mensajes y su contenido inició con valoraciones diagnósticas en función de las nuevas necesidades del medio, de los receptores y de las empresas relacionadas con el sector de las comunicaciones. Se incluyeron evaluaciones sumativas que sirvieron para integrarlas al estudio global, lo que permitió un examen de valor en el momento de su discusión” (Urchaga. 2009).

El contenido reflejado en la narrativa periodística, muchas veces difiere de lo académico y científico, forzosamente entra a ser discrepado en esos campos, aunque la aceptación masiva del fútbol, pretende que se llegue una solución pacífica, justificando que esto está tomando fuerza en la cultura de la comunidad deportiva.

Ambigüedad lingüística

Según (Venelografía, 2013), la ambigüedad lingüística se refiere a:

[...] “La ambigüedad lingüística, se refiere a las oraciones que pueden ser comprendidas en más de una forma (...) La ambigüedad se presenta en diversas lenguas, en el caso del español es evidente que muchos de los enunciados “aceptables” sean ambiguos”.

La ambigüedad lingüística por definición, es la interpretación múltiple que puede tener una palabra o frase, según el contexto o espacio en que se lo analice. Esta forma de expresión para muchos resulta ser un recurso en la estructura sintáctica y tiene como objetivo llevar a otro escenario al receptor del mensaje.

Prestación de términos

En el artículo “*Terminología y lenguaje deportivo del fútbol*”, atribuyen la adaptación a la castellanización de palabras extranjeras por medio del deporte.

[...] “Los extranjerismos son palabras, frases o giros que tienen su origen en una lengua extranjera. Los anglicismos deportivos llegaron a través de deportes como la hípica, el boxeo, el remo, el tenis, el golf, el atletismo, y en especial el fútbol y el rugby” (Aleixandre, 2007).

Las palabras que recurrentemente suenan en el lenguaje deportivo, son extraídas del rincón ajeno de la tierra, es decir, muestran su aceptación de lo que afirme su significado para ser trasladado a una cancha deportiva, puesto que es un elemento útil a la hora de explicar de manera a veces exacerbada o pasional sobre un individuo que se conecta con la disciplina deportiva.

La prestación de estos términos en el deporte es aceptada, por la proliferación de deportes, de alguna manera intentan explicar este fenómeno con un discurso original.

Lenguaje deportivo

En el artículo “*Lenguaje periodístico del deporte en el idioma español del siglo XXI*”, pone en manifiesto las virtudes en el enfoque cultural del lenguaje deportivo.

[...] “El idioma del deporte ha despertado un creciente interés para las ciencias sociales ya que las formas comunicativas del deporte no sólo atienden a la práctica individual, asociativa o

profesional (...) es una dimensión cultural y social que comprende aspectos de integración, calidad de vida y transmisión de valores en una población con disposiciones afectivas y de expresión de su intensidad emotiva, tanto al mirar como al practicar deportes” (Castañón, 2012).

Este artículo responde a la necesidad que tiene cada vez el lenguaje deportivo por ser reconocida legalmente dentro de la ciencia social como es la comunicación, ya que esto simboliza en gran medida la forma de pensar, de actuar, de disfrutar un deporte tan masivo y que está relacionado estrechamente con la paz, el amor y la hermandad.

“El uso correcto de la lengua en los medios de comunicación lleva años siendo objeto de debate y polémica. En su uso habitual, orientado hacia la comunicación con nuestros semejantes, el lenguaje se limita a facilitar la comprensión del interlocutor” (Escribano, 2006).

La realidad de los medios de comunicación, claramente no extiende su mano hacia los receptores de la información deportiva, para la comprensión del contenido que tiene de frente en una pantalla o en otro canal de difusión. Esto hace pensar que la reproducción automática de términos es sinónimo de adaptación por instinto, más no por ser explicado o de despejar las inquietudes.

En la revista científica *“Foot-ball, futbol, balompié... Los inicios de la adaptación del vocabulario deportivo de origen anglosajón”*, argumenta lo siguiente.

“El sport estableció vínculos culturales y contribuyó a que se incorporaran por medio de su práctica muchos anglicismos y se modificaran aspectos semánticos de la lengua” (Torrebadella & Nomdedeu, 2013).

El lenguaje deportivo aboga por ser intrínseco en lo cultural, es decir, la variedad de expresiones deportivas nacidas muchas de ellas son del argot popular de la gente de la calle, por ende, hacen que tenga más peso la tradición que el aspecto estructural de cada enunciado emitido. El sentido de la oración, mantiene un orden en el tiempo y espacio, en la descontextualización también está llegando por ese camino paulatinamente.

Vulgarismo

En el sitio web EcuRed, se encuentra una definición exacta del vulgarismo.

[...] “Un vulgarismo es una expresión morfológica, fonética o sintáctica empleada en lugar de la palabra correcta y que no se considera parte de la llamada lengua culta”. (EcuRed, 2018).

En el formalismo de las palabras, el significado es claro, en el vulgarismo se encuentra otro tipo de acepciones y que normalmente esta fuente de información proviene del lenguaje común de las personas, no obstante, no tendría cabida en una oración de solidez argumental.

Metáforas

Este tipo de recursos que no suele ser tomados simplemente en el deporte, sino además en elegías, poemas, oratoria, discurso, es considerado como un arte al momento de usar la creatividad para comparar tácitamente un sujeto u objeto.

Es una norma en la lengua para causar impresión al oyente, lector o espectador de alguna obra o suceso.

Recepción del contenido deportivo

En el artículo “*Los programas deportivos de la Radio Española en la red social Facebook: Espacio de promoción, lugar de encuentro... ¿Medidor de audiencia?*”, argumenta:

[...] “No es lo mismo lo que ocurría años atrás, cuando la participación se limitaba a la llamada telefónica o a la carta (correo postal), que las enormes posibilidades de participación que permite la tecnología de hoy: e-mail, mensajes de texto a través de móvil, encuestas online, etc” (Herrero, 2011).

El periodismo ciudadano se consolida por la apertura de opinión que tienen hoy por hoy con la audiencia, es una gran ventaja por los distintos canales de información que mantiene conectados tanto el emisor como el receptor y demuestra ser un participante activo de las noticias que transmiten.

En el artículo “Recepción-consumo de medios masivos de comunicación y nuevas tecnologías. Los jóvenes ingresantes a la carrera de comunicación: entre la crítica y el mercado”, se expresa.

[...] “Las transformaciones producidas en el consumo de medios de los jóvenes a partir del ingreso a la carrera de comunicación social podrían estar relacionadas con el tema de las competencias al que se refiere Bourdieu en función de su explicación del consumo: El consumo es una expresión de competencias y de una competencia entre los códigos y las convenciones, los conocimientos, las aptitudes y las diferencias”. (Egidos, Ortiz, & Peña, 1998).

El consumo de medios de comunicación conlleva en algunas situaciones en el individuo, ponerse en objetivo hacia una carrera profesional, naturalmente, el deporte sobre todo el fútbol, es un atrayente masivo por lo cual, erigen el camino por su vínculo pasional a los términos, narración, comentarios, puntos de vista de una actividad deportiva preferida.

En la tesis “*Revista deportiva con las expresiones y el lenguaje que utiliza el periodismo deportivo*” se indica.

[...] “Los medios de comunicación desempeñan una importante labor en la sociedad, no solo informativa, sino también educativa, resultando así efectivo medios de poder mediático, sin embargo, cuando la información deportiva que es transmitida por los media se centra en la promoción del deporte pensando como espectáculo, potenciando así, interés económico y hasta político, este se convierte en un instrumento alienación” (Ayala, 2011).

El deporte en la actualidad, tiene más cabida hacia los programas que tienen un formato marcado como el educativo u orientador, estableciendo como prioridad lo que refleja en cuanto a rating, donde los consumidores desean llenar sus mentes con el entretenimiento, pero esta puede ser peligrosa si se trata de informar con cosas que satisfacen a un grupo determinado y sea de imponente mediatización.

Noticias deportivas

En el artículo, “*Innovación en el periodismo emprendedor deportivo*”, se expresa.

[...] “La arquitectura del emprendimiento periodístico se extiende hacia componentes propios del negocio digital, que adapta la propuesta de valor y transforma las capacidades de la compañía. Interesa aquí el reciente ranking de innovación periodística de una metodología de medición de la innovación”. (Manfredi, Rojas, & Herramz de la Casa, 2015).

El periodismo digital, es la sensación alterna de éxito para los medios de comunicación, las noticias pueden estar captando atención gracias al espacio que ofrece los sitios web en el internet, es ahora el lugar más masivo en el mundo, donde las visitas y reproducciones son diarias y se obtiene muy buenos resultados.

En el artículo, “*Análisis del tratamiento de la terminología Violenta y/o sexista en las noticias deportivas de la prensa escrita*”, se expresa.

[...] “Que un aspecto muy prometedor y derivado de esa teoría del bien público” es su eventual aplicación, más allá del servicio público como tal, al propio espacio de comunicación y acceso al conocimiento en Internet, en torno a la figura del procomún como patrimonio inmaterial colectivo. El propio desarrollo de aplicaciones y usos empuja en esa dirección, no solo por razones sociales, sino también por motivos de eficiencia tecnológica, organizativa y de usos y aprovechando economías de escala, de red y de club” (Ispizua, 2014).

Las noticias deportivas se extienden por diferentes sitios para transferir información, una de donde más potencian, son a través del internet, este medio ya no resulta tan nuevo, pero agiliza y activa la inmediatez y con la velocidad que puede ser trasladada el contenido hacia seguidores de cuentas, es lo más idóneo dentro del mercado en la optimización de precios.

En el artículo de “*Periodismo Deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas al futuro*”, indica:

[...] “El periodismo deportivo ha vivido en las últimas décadas un notabilísimo desarrollo en sus estructuras, canales y modos de producir contenidos, y ha cobrado un creciente protagonismo hasta afianzarse en el momento actual como la tipología informativa de mayor alcance social en una buena parte de los países tanto europeos como americanos” (Rojas, 2014).

La adaptabilidad de medios convencionales a digitales, fue un gran cambio, pero además estudiado por los dueños de portales, canales o empresas radiales. La conversión de su formato tradicional a la web, incrementó el espacio para personas dedicadas a la comunicación, y en el que tienen lugar sobre todo gente joven, que frecuentan y tienen conocimiento de esa rama. Sin

embargo, el estilo de cada uno de ellos, se mantienen desde el tipo de información para dar el mismo o mayor alcance.

Canales audiovisuales

El contenido de los canales de información deportiva, tienen su target en un público amplio, pueden consumir desde los más pequeños hasta gente adulta, la comprensión de lo que se relacione con el fútbol, no es una interpretación de suma dificultad, el deporte con sus reglas, se transmiten de generación a generación, sean por sus padres o algún que otro familiar que han consumido fútbol en los medios de comunicación, en especial, por las transmisiones audiovisuales que prestan las distintas empresas al orden de la audiencia.

Páginas web

El sitio web, ha sido de gran acogida para los periodistas deportivos en lo que respecta a información, donde puede ser tratado con más amplitud y a su vez mostrar rapidez y agilidad en los temas del momento.

En el mundo del fútbol, muchos usuarios del internet, pasan su tiempo en el entorno digital, aprovechando el momento para encontrar o poner en búsqueda a través de fuentes deportivas, lo que se suscite día tras día de su equipo preferido.

Los medios de comunicación tradicionales, hacen hipervínculos mediante las redes sociales, con títulos seductores y en complemento, el link de enlace que los direcciona a una página web. Esto es una estrategia muy exitosa porque el mensaje completo lo puede encontrar a través del portal digital, teniendo mucha más ventaja, de lo que solía ser hace veinte años para actualizar el contenido investigado.

Fraseología

La definición que nos brinda la Enciclopedia Universal Ilustrada resulta restringida. Su significado originario etimológico (frasis + logos) nos lleva a pensar que se trata del estudio de expresiones y frases, pero sabemos que tanto fraseología como frase han absorbido en los últimos años de nuestra tradición lingüística diferentes acepciones, en palabras de Montoro del Arco:

[...] El término fraseología parte de un significado muy general pero se ha especializado y sigue su camino hacia la univocidad [el término frase, en cambio] ha descrito una tendencia inversa: aunque ha podido referirse al hecho fraseológico en algún momento, actualmente es, podemos decir, uno de los términos que más ambigüedad aporta a la descripción gramatical, ya que su significado en muchas ocasiones depende del uso que cada gramático o lexicógrafo le quiera dar en sus respectivas obras. (Arco, 2005).

El estudio por las frases, se inclina por las clases de palabras que puedan emitir o no, en sus significados las personas que las crean y el por qué los motiva ponerlas en uso común. La manera de desmenuzar sin desarticular lo que trae en contexto, es recurrir a la definición exacta de la palabra, sin mover ninguna acción de origen.

En el apartado de *La lexicografía. De la lingüística teórica a la lexicografía práctica*, aboga así de la fraseología.

[...] “El elemento más importante, aunque no el único, de la lengua de especialidad, es el vocabulario con la correspondiente fraseología. Éste permite también hasta cierto punto delimitar la lengua de especialidad frente a la lengua general o común, aunque hay que advertir que existe una zona de transición cada vez más amplia entre el vocabulario general y el de los

tecnoleectos, debido al intenso flujo de información, que se verifica especialmente a través de los medios de comunicación social” (Haensch, 1982).

La posibilidad del empleo correcto de palabras según el autor, depende de cómo se puntualice el lenguaje formal separando del argot popular, aunque el terreno por la manera de comunicarse, ha llevado con el tiempo hacerse expresiones híbridas. Componiendo palabras que resulten estéticamente llamativas al oyente o espectador, pero sin despreocuparse que hay canales de información que aparecen con términos más complejos, a medida que avanza la tecnología.

En la obra *“Fraseología en los diccionarios de uso del español actual: Una práctica didáctica”*, exponen lo siguiente.

[...] “Definiciones de este tipo invitan a pensar en un amplio conjunto de combinaciones y de ahí la unanimidad al denominarlas con el término fraseología. Sin embargo, no encontramos todavía dentro de las distintas agrupaciones que comprende este concepto una implicación de lo que debe entenderse como fraseológico, es decir, esa característica de una lengua que la diferencia de las demás y que tan difícil resulta traducir” (Toro, 2004).

La fraseología y su significado, tiende a ser ambiguo, esto marca por el estilo que pueda tener una persona al expresar en palabras por la cultura que tiene en su territorio. Este análisis del término resulta ser mucho más complejo de lo que se piensa, porque pretende saber el fenómeno de dónde proviene el uso.

Siglas y acrónimos

Las siglas consideradas en su uso natural para optimizar espacio y tiempo en la escritura de alguna nota informativa o de opinión, tienen su uso exclusivo cuando son entidades importantes y resalta aún más que las propias palabras que las contiene, esto genera no solamente ventajas,

también ocurre con el efecto contrario, ya que la persona que consume esos términos, se van acostumbrando a esa comprensión, más no la palabra o las palabras que la conforman.

En las redacciones se puede encontrar esos detalles, aunque en lo que concierne al periodista deportivo, sugieren escribir tanto abreviado como en extensión de su real significado, para que quede en igual contexto.

Eponimias deportivas

Las eponimias en su definición por naturaleza, es la expresión o distinción dada para un determinado fenómeno global, puede darse a conocer en las distintas ramas de la ciencia para enfermedades, como en psicología para ciertos trastornos. Esto va relacionado con la atribución a un personaje o actor de la sociedad que descubre nueva información o encuentra una invención por la debida experimentación en estudios desde un laboratorio.

Lo que ha hecho que en honor a personas muy destacadas en su campo, logren tener protagonismo por hazañas en el acontecer del mundo.

En el fútbol, no pasa desapercibido las eponimias, que según es aplicado para homenajear a deportista que a lo largo de su trayectoria fueron eminentes por cierta cualidad distintas hacia los demás.

2.3. Marco Contextual



Figura 1. Parroquia Febres Cordero, sector Suroeste de Guayaquil. Información adaptada de la investigación directa

La Parroquia Febres Cordero, comprende muchos sitios de la urbe porteña, puede encontrarse hospitales, puentes, mercados, estacionamientos de taxis y otros tipos de automóviles. Es un espacio considerado de clase media, la inseguridad es de rango menor, las calles naturalmente son iluminadas y los fines se desarrollan actividades deportivas como el volley, fútbol, entre otras disciplinas.

Las fiestas de Guayaquil, invaden el espíritu de felicidad en este sector de la ciudad, realizando fiestas para niños y cumpliendo a rajatabla las tradiciones que emana en julio y octubre de todos los años.

Existen comités barriales, donde se recaudan fondos y gracias a esa contribución, buscan siempre embellecer dentro de sus posibilidades la comunidad, pueden ser desde inversión directa o acuden a juegos de bingos para aumentar la cantidad de ayuda económica.

Los fines de semana, personas acuden a observar partidos de fútbol, mediante pantallas gigantes, acompañados algunas veces con platos típicos como el arroz con menestra o carne en palito. La gente mayor disfruta de esa manera y en el comportamiento por el fútbol, es una emotividad gigante, sobre todo si se trata del equipo que sigue desde pequeños. El fútbol para los habitantes del Suroeste prácticamente lo llevan en la sangre.

2.4. Marco Conceptual

Comunicación: Es un proceso interactivo entre dos o más personas, en el que expresan sus ideas, estados, pasiones, mediante códigos y este puede ser enviada y remitida en el espacio, tiempo determinado.

Comentarista deportivo: Se plantea como la formulación de capacidades académicas indispensables para la correcta fluidez de la locución en el proceso comunicativo como el lenguaje y las funciones que la presiden.

Expresiones idiomáticas: Una expresión idiomática es una secuencia de palabras cuyo significado no resulta ser compositivo, es decir, la referencia de la expresión no procede de sus componentes sino más bien proviene de usos y costumbres propias del lugar geográfico en el cual se expresa.

Vulgarismo: En un sentido amplio, por lo tanto, los vulgarismos son las expresiones que emplea la gente en su vida cotidiana. Siguiendo con este razonamiento, los vulgarismos se asocian al habla coloquial, por lo cual no forman parte de la denominada lengua culta.

Léxico: El concepto de léxico encierra varios significados, todos ligados al mundo de lingüística. Léxico es el vocabulario de un idioma o de una región, el diccionario de una lengua o el caudal de modismos y voces de un autor.

Modismos: Un modismo es una expresión fija cuyo significado no puede deducirse de las palabras que la componen. Se trata de una costumbre lingüística que permite condensar una idea en pocas palabras y transmitir dicho concepto a todos aquellos que comparten una misma lengua.

Recepción del contenido deportivo: Definición que tiene que ver con la manera en que el profesional de la comunicación, causa efecto en la audiencia estudiada. cuando emite mediante micrófonos desde el estudio del medio o en la cabina de prensa del estadio, al narrar un o varios encuentros.

Lingüística: El concepto de lingüística (término que deriva del vocablo francés *linguistique*) nombra a aquello que pertenece o está relacionado con el lenguaje. Esta palabra también permite hacer mención a la ciencia que tiene a la lengua como objeto de estudio.

Fraseología: Es un conjunto de enunciados que están marcados con la particularidad expresiva de o los individuos para emitir ideas.

Narrativa periodística: Es la convicción de que las historias deben ser narradas, que no da lo mismo contar la historia de cualquier manera. La forma de un texto, el uso del lenguaje, el ritmo, el clima son tan importantes como la historia que se va a contar.

Lenguaje deportivo: Es fuente de una cantidad ingente de recursos creativos, debido a esto su estudio sería importante a la hora de practicar la profesión periodística. En lo que respecta al trabajo en sí, hay que decir que ha supuesto una inversión de tiempo de un mes. La mayoría de los recursos usados para ejemplificar los puntos tratados han sido extraídos de la web, exceptuando aquellos de la Revista Oficial NBA y Gigantes del Basket, publicaciones las cuales he podido examinar impresas.

Sitio web: Un sitio web, por lo tanto, es un espacio virtual en Internet. Se trata de un conjunto de páginas web que son accesibles desde un mismo dominio o subdominio de la World Wide Web (WWW). Es importante establecer que en Internet encontramos una gran variedad de tipos de sitios web que suelen diferenciarse fundamentalmente por la clase de contenido que ofrecen o por el servicio que brindan a cualquiera de las personas que se encuentran navegando por la Red.

Eponimias: Antigüamente se consideraban epónimos los héroes que daban su nombre a un pueblo o una época. Sin embargo, etimológicamente el término quiere decir “nombre que se ha colocado encima de algo”. El Diccionario de la Lengua Española define los epónimos como “Nombres de personas o de lugares que designan un pueblo, una época, una enfermedad, una unidad, etc.”. Los epónimos son muy frecuentes en algunas áreas científicas, como la medicina, donde se utilizan para dar nombre a enfermedades (“enfermedad de Parkinson”; “fiebre de Malta”), partes anatómicas (“trompas de Eustaquio”, “monte de Venus”), trastornos psíquicos (“sadismo”, del novelista Marqués de Sade), y otros procesos (“lesbianismo”, de la isla de Lesbos, de donde era la poetisa Safo, de tendencias homosexuales)

Terminología: La terminología es una ciencia interdisciplinaria que se basa en un conjunto específico de conocimiento conceptualizado en otras disciplinas (lingüística, ciencia del conocimiento, ciencias de la información y ciencias de la comunicación). Asimismo, es una ciencia transdisciplinaria porque los productos terminológicos son las piezas de representación lingüística en las que debe apoyarse cualquier campo de conocimiento científico para adquirir, generar y transferir el conocimiento específico de cualquier dominio.

Fútbol: El fútbol es un deporte competitivo, sumamente popular, que se juega con dos equipos de 11 jugadores cada uno, que se mueven conduciendo una pelota de forma redonda, con los

pies, dentro de un campo rectangular de juego, de medidas variables de aproximadamente cien metros de largo por 75 metros de ancho, de césped, natural o artificial, con dos arcos enfrentados, cada uno defendido por un arquero que debe impedir que el equipo contrario introduzca dentro de ese arco el balón. Si esto sucede el equipo que logra ingresar la pelota en el arco contrario anota un gol. Las manos solo se usan para hacer los saques.

Siglas: Una sigla es una palabra que se forma con las letras iniciales de una frase o de una expresión. En algunos casos, no se toman todas las palabras, sino sólo los términos más importantes (sustantivos, verbos y adjetivos). De este modo, se dejan de lado términos secundarios (conjunciones, preposiciones, etc.).

Deporte: El latín es donde encontramos el origen etimológico de la palabra deporte y en concreto se halla en el verbo *deportare* que puede traducirse como deportar. Viéndolo así nos cuesta entender qué tienen en común dicho verbo y el concepto que nos ocupa, sin embargo, tenemos que decir que la evolución será la que determine la conexión.

Partiendo de todo ello, el concepto *deportare* que se utilizaba también como sinónimo de sacar algo, de llevarlo lejos,...fue evolucionando como salir al campo, respirar aire fresco y hacer ejercicio. Una expresión esta última que ya se adecuaba a la perfección a la acepción que hoy le damos al término deporte.

Audiencia: El vocablo *audientia* llegó al castellano como audiencia, un concepto que tiene varias acepciones. La idea de audiencia puede referirse a los espectadores de una obra teatral, un concierto u otro evento; a los televidentes; o a los oyentes de un programa de radio.

Si bien los términos *audiencia* y *público* pueden funcionar como sinónimos cuando se habla de la gente que se presenta en un espectáculo teatral, el primero suele usarse con respecto a un

grupo de personas en particular, como ser las que han asistido a una obra en una fecha definida, mientras que el segundo puede servir para hacer referencia a los todos seguidores de un artista.

2.5. Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Sección tercera Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art 18.- Inciso 2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Sección cuarta Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Sección quinta

Educación

Art. 26.- La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública 31 y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido

crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar. La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.

Art. 28.- La educación responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantizará el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en el nivel inicial, básico y bachillerato o su equivalente. Es derecho de toda persona y comunidad interactuar entre culturas y participar en una sociedad que aprende.

Ley orgánica de comunicación

Art. 3.- Contenido comunicacional. - Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art. 4.- Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 6.- Medios de comunicación social de carácter nacional.- Los medios audiovisuales adquieren carácter nacional cuando su cobertura llegue al 30% o más de la población del país, de acuerdo al último censo nacional; o, si el sistema está conformado por una matriz y seis o más repetidoras cuya cobertura alcance poblaciones de dos o más regiones naturales del país.

Art. 13.- Principio de participación.- Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

Art. 29.- Libertad de información.- Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo. Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido. Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información, será sancionada administrativamente de la misma manera que esta Ley lo hace en los casos de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar.

Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional.- Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes. Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5%

de su programación diaria, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación. La falta de cumplimiento de este deber por parte de los medios de comunicación, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y la Comunicación con la imposición de una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de que cumpla su obligación de difundir estos contenidos.

Art. 38.- Participación ciudadana.- La ciudadanía tiene el derecho de organizarse libremente en audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otras formas organizativas, a fin de incidir en la gestión de los medios de comunicación y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación.

Art. 42.- Inciso 2. Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

3.1.1. Investigación no experimental

El presente estudio sobre análisis expresiones idiomáticas del lenguaje deportivo y su influencia en los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil, tiene un Diseño No Experimental, es decir, se obtiene los resultados en un momento determinado. La investigación recopila datos, información oportuna del fenómeno, donde también se conoce como Diseño Transeccional y se describe la incidencia entre la variable X1 Expresiones idiomáticas y la variable X2 Recepción del contenido deportivo.

3.2. Tipo de investigación

En este apartado se tendrá en consideración para la indagación del fenómeno expresiones idiomáticas y su recepción del contenido deportivo en los habitantes de la Parroquia Febres Cordero es, una investigación descriptiva.

3.2.1. Descriptivo:

En el presente estudio comprende la descripción de cómo la variable Expresiones idiomáticas incide en los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil, también analiza e interpreta los atributos que tiene la población, objeto de la investigación.

3.3. Métodos de investigación

Los métodos que se usarán para profundizar el objeto de estudio, están conformados por:

Método sintético

Método analítico

Método bibliográfico

3.3.1. Sintético:

Distingue la variable expresión idiomática y su influencia en los habitantes de Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil, para analizar de manera separada y contextualizar de forma general.

3.3.2. Analítico:

Busca que las variables x1 análisis de expresiones idiomáticas y la variable x2 recepción del contenido deportivo el sujeto de la investigación como los habitantes de la Parroquia Febres Cordero del Suroeste de Guayaquil, puedan describirse de manera independiente para el estudio pertinente.

3.3.3. Bibliográfico:

Permite escoger información con rigurosidad científica sobre teorías que están inmersas a las variables del presente proyecto, tanto fuentes primarias como secundarias en que ayudarán a dar validez o argumentación sólida al objeto de estudio.

3.4. Instrumentos y técnicas

3.4.1. Instrumento:

Permite recolectar la información y tiene una estrecha relación entre la variable X1 Expresiones idiomáticas como la variable X2 recepción del contenido deportivo en los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, ciudad de Guayaquil. Permite que la información recabada sea;

sintético, organizado, uniforme y de manera natural, enfocándose al mismo instante hacia la muestra de la población en estudio. Para ello es necesario utilizar un cuestionario de preguntas o protocolo como técnica aplicada para encontrar los resultados deseados y esperados.

3.4.2. Técnicas de investigación

Para el desarrollo de las preguntas, puede encontrarse 6 tipos de técnica que aportará en gran medida a encontrar de forma eficiente y eficaz las distintas necesidades de los habitantes del, Suroeste de Guayaquil a través de sus opiniones.

Estableciéndose a continuación las siete técnicas para esta investigación:

Cambio de roles

Test proyectivo

Escala verbal

Escala de Thurstone

Escala de Likert

Encuesta

3.4.3. Cambio de roles: En esta técnica, la persona encuestada toma el rol o vocación que tenga la persona en el fenómeno de estudio, el tema a estudiar es acerca de las expresiones idiomáticas que utilizan los periodistas deportivos, es decir, el ciudadano está por unos momentos en la piel del comunicador social, para interpretar qué le parece el uso de las expresiones idiomáticas al momento de describir un compromiso de fútbol.

3.4.4. Test proyectivo: El investigador inserta una imagen sobre el presente estudio y hace una interrogante al encuestado, de qué es lo que observa, qué puede interpretar según lo que se grafique y qué opinión actual tiene del objeto de estudio.

3.4.5. Escala verbal: Para este estudio, la escala verbal es una pieza fundamental, que pone en manifiesto la relación entre concepto, riqueza y precisión de vocablos antiguos y contemporáneos con los sujetos de la investigación, ante dicho fenómeno.

3.4.6. Escala de Likert: Esta técnica analiza el grado de conformidad que tiene la persona que recepta las expresiones idiomáticas en la actualidad, al poner opciones como en muy de acuerdo, en desacuerdo, poco desacuerdo, muy desacuerdo sobre algún suceso.

3.4.7. Escala de Thurstone: Se encuentra en las respuestas de la audiencia el nivel de frecuencia que presentan las variables aplicadas en la formulación de la preguntas, con el propósito de conocer el interés que tienen de acuerdo a la pregunta planteadas, es decir, en la conformación de las opciones como: siempre, casi siempre, nunca.

3.4.8. Encuestas: Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

3.5. Muestra

Consiste en el subconjunto de una población, como resultado, en este caso de una fórmula que permitió delimitar una cantidad más pequeña para proceder a ejecutar las técnicas cuantitativas y cualitativas seleccionadas. La muestra en esta investigación es de 381 personas, la misma que será una referencia de toda la población.

3.5.1 Muestreo probabilístico

e= Error admisible (0.05)

Z= Varianza poblacional 1.96

N= Tamaño de la población 56.320

P= Probabilidades (0.5)

Q= Probabilidades (0.5)

n= Muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{(e^2) (N-1) + (Z^2 \cdot PQ)}$$

$$n = \frac{(3.84) (56.320) (0.5) (0.5)}{(0.0025) (56.320-1) + (3.84^2 \cdot 0.25)}$$

$$n = \frac{54089.728}{141.7575}$$

$$n = 381$$

3.6. Análisis de resultados

Técnica: Encuesta

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: Narrativa periodística

Indicador: Ambigüedad lingüística

Técnica cualitativa: Test proyectivo

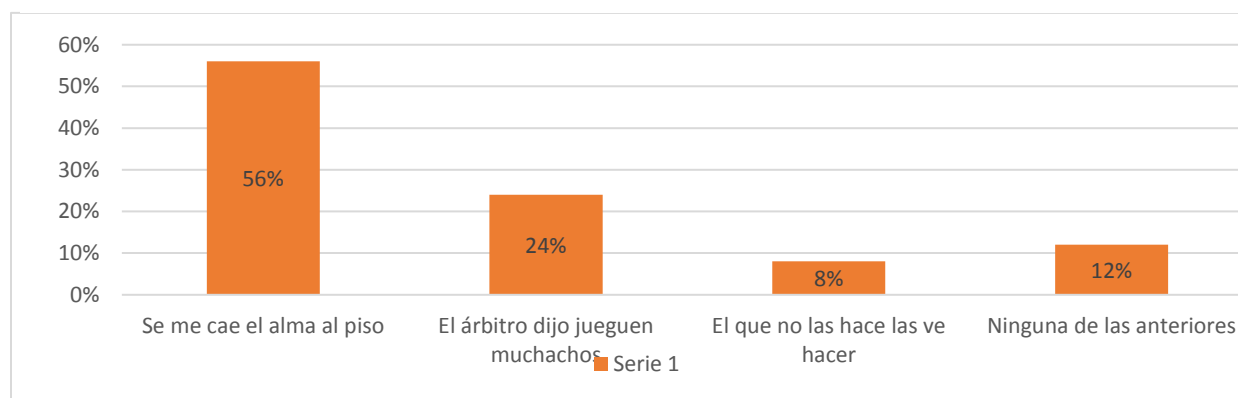
Cuadro 1 *¿Con qué expresiones idiomáticas de las narraciones deportivas se identifica más?*

	Frecuencia	Porcentaje
Se me cae el alma al piso	214	56%
El árbitro dijo jueguen muchachos	90	24%
El que no las hace, las ve hacer	32	8%
Ninguna de las anteriores	45	12%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 1 *Expresiones idiomáticas de las narraciones deportivas que se identifica más*



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: Es posible apreciar que la frase “Se me cae el alma al piso” es la expresión con la que más se identifican los habitantes de la Parroquia Febres Cordero con un 56 % seguida de la frase “El árbitro dijo jueguen muchachos” con un 24 % mientras que “El que no las hace no la va a hacer” está en tercer lugar con el 8 % y por último un 12 % aseguró no sentirse identificado con ninguna de estas frases.

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: Narrativa periodística

Indicador: Prestación de palabras

Técnica cuantitativa: Escala de Thurstone

Pregunta N: 2. De acuerdo a lo que observa ¿Cree que la expresión del periodista Fabián Gallardo, se le nota un estado de?

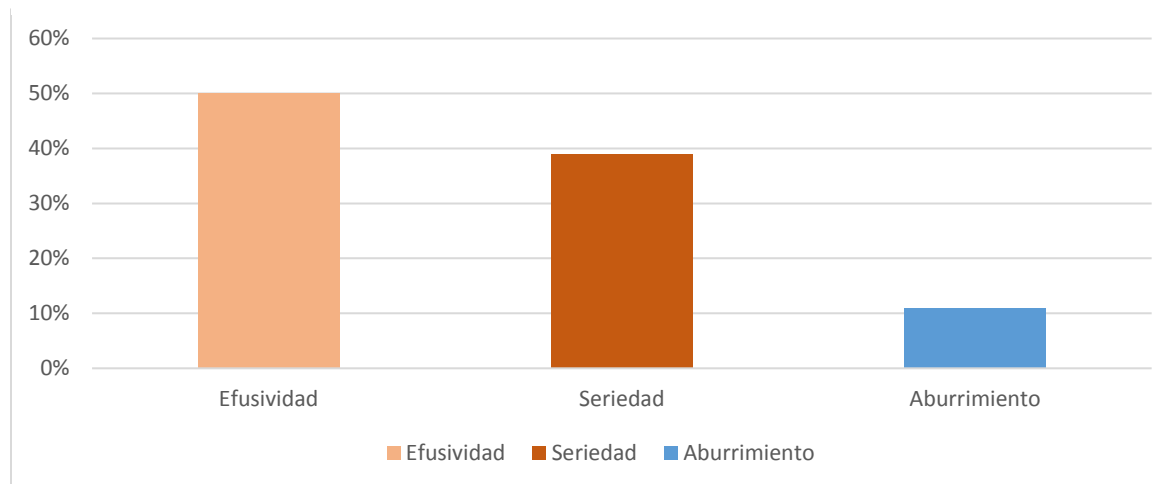
Cuadro 2. Expresión del periodista Fabián Gallardo

	Frecuencia	Porcentaje
Efusividad	189	50%
Seriedad	149	39%
Aburrimiento	43	11%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 2. Expresión del periodista deportivo Fabián Gallardo



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: Para el 50% de la población de la Parroquia Febres Cordero, la frase “El árbitro dijo jueguen muchachos” es dicha por el periodista Fabián Gallardo con un sentimiento de efusividad, mientras que para el 39% lo dice con seriedad y para apenas el 11% lo dice con aburrimiento.

En esta técnica no se utilizó pregunta, sino un enunciado y proposiciones

Pregunta N: 3. Al tomar términos ajenos de disciplinas deportivas como el basquetbol, béisbol, tenis y trasladarlas al fútbol, es de alguna manera:

Positiva para familiarizar el término en todas las disciplinas

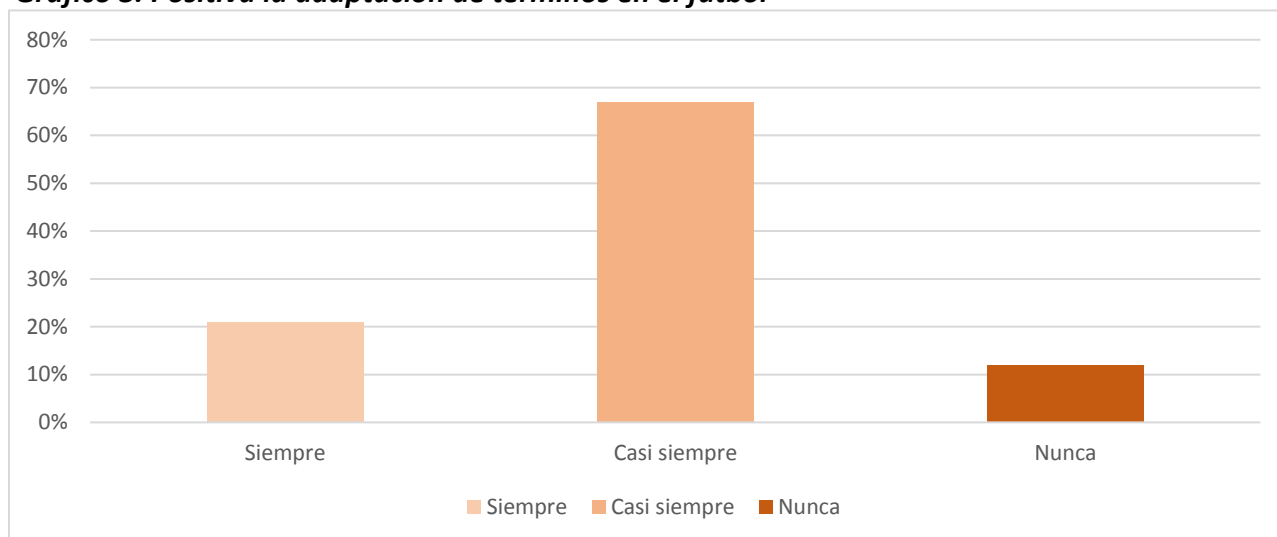
Cuadro 3. Positiva la adaptación de términos en el fútbol

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	80	21%
Casi siempre	256	67%
Nunca	45	12%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 3. Positiva la adaptación de términos en el fútbol



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: Es posible notar que el 67% considera que casi siempre es positiva la utilización de los términos de otros deportes en el fútbol, seguido de un 21 % que siempre ve como positivo el familiarizar estos términos en todas las disciplinas y un 12% no están de acuerdo en su adaptación al fútbol.

Pregunta N: 3. Al tomar términos ajenos de disciplinas deportivas como el basquetbol, béisbol, tenis y trasladarlas al fútbol, es de alguna manera:

Negativa por su adaptación innecesaria en el fútbol

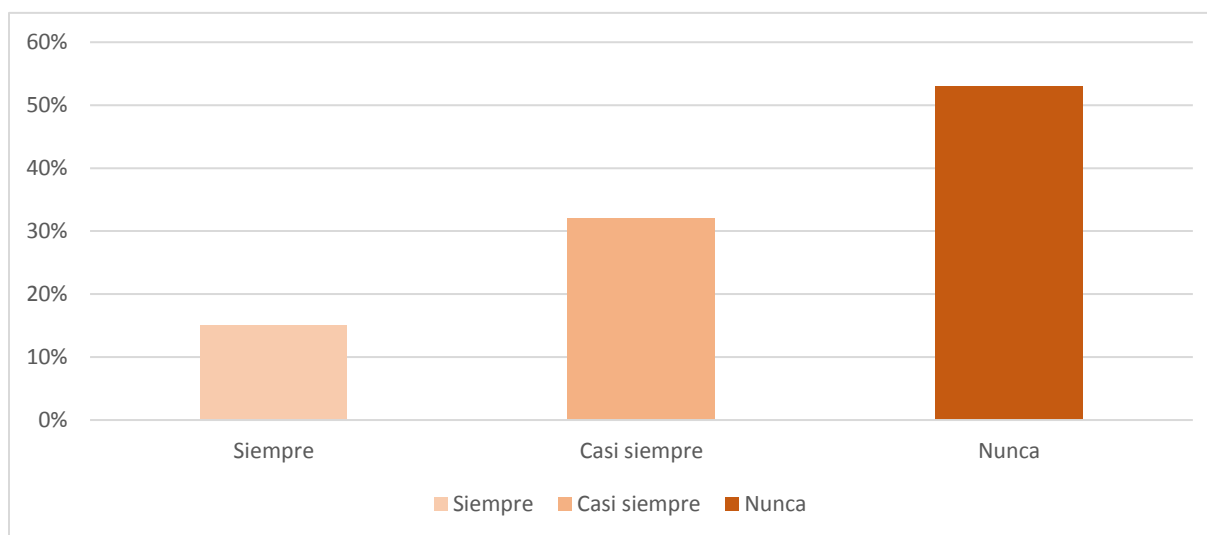
Cuadro 4. Negativa de adaptación de términos en el fútbol

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	59	15%
Casi siempre	121	32%
Nunca	201	53%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 3. Negativa adaptación de términos en el fútbol



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: El 54 % de los encuestados considera que tomar términos de otras disciplinas no ve nada de malo por su adaptación al fútbol, el 32% opina que casi siempre es negativo y el 15% piensa que siempre.

Pregunta N: 3. Al tomar términos ajenos de disciplinas deportivas como el basquetbol, béisbol, tenis y trasladarlas al fútbol, es de alguna manera:

No ofrece algún aporte en el contenido del discurso deportivo

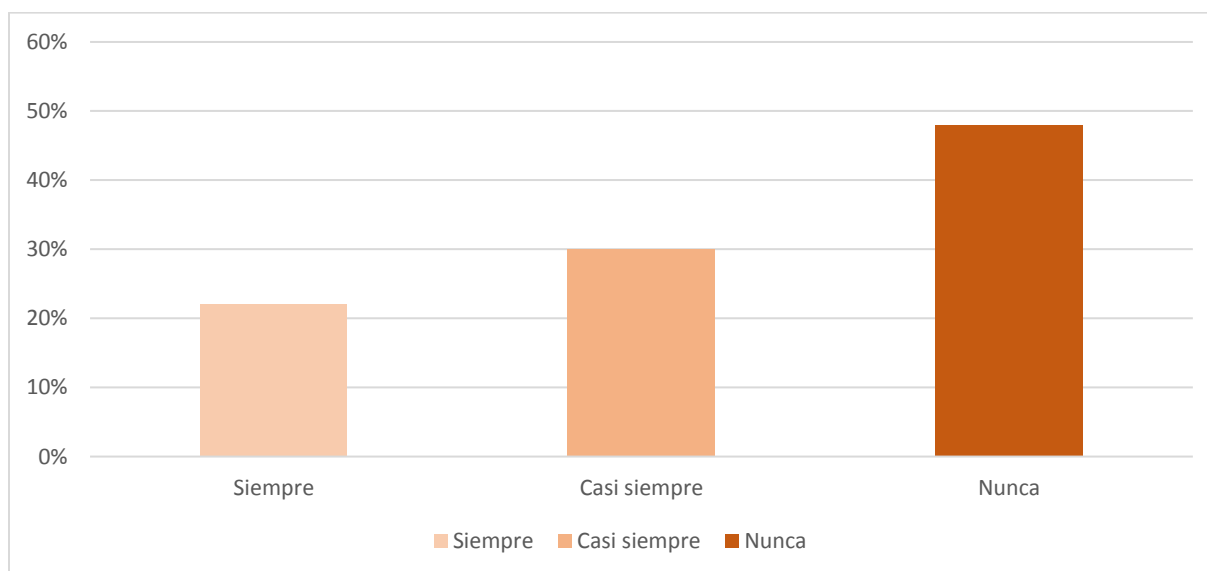
Cuadro 5. Términos ajenos de otras disciplinas deportivas no ofrecen algún aporte

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	82	22%
Casi siempre	116	30%
Nunca	183	48%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 4. Términos ajenos de otras disciplinas deportivas no ofrecen algún aporte



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: La audiencia optó que casi siempre no ofrece ningún aporte en el discurso deportivo con un 30 %, seguido que siempre por un 22 %, en el último lugar se tiene a que nunca aporta en el conocimiento del periodista deportivo con un rango del 48 %.

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: Narrativa periodística

Indicador: Prestación de palabras

Técnica cualitativa: Cambio de roles

Pregunta N: 4. ¿Si fuese periodista deportivo, manifestaría la formación de un equipo con los extranjerismos mencionados o de la manera convencional?

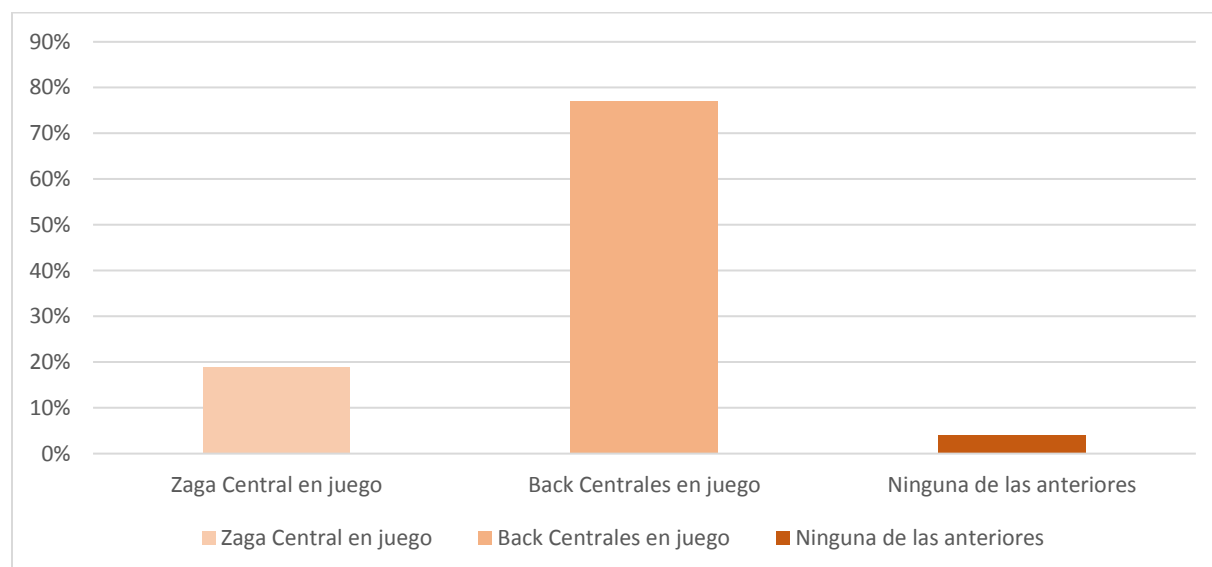
Cuadro 6. Formación de un equipo con extranjerismos o en español

	Frecuencia	Porcentaje
Zaga Central en juego	71	19%
Back Centrales en juego	293	77%
Ninguna de las opciones	17	4%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 5. Formación de un equipo con extranjerismos o en español



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: La aceptación estuvo por la expresión Back Central con un 77% de los encuestados, el 19% dijo que se siente mejor describir Zaga Central.

Pregunta N: 5. Si en caso de un cobro de pelota quieta cerca del banderín de la cancha, considera desde el punto de vista periodístico, validar la siguiente expresión.

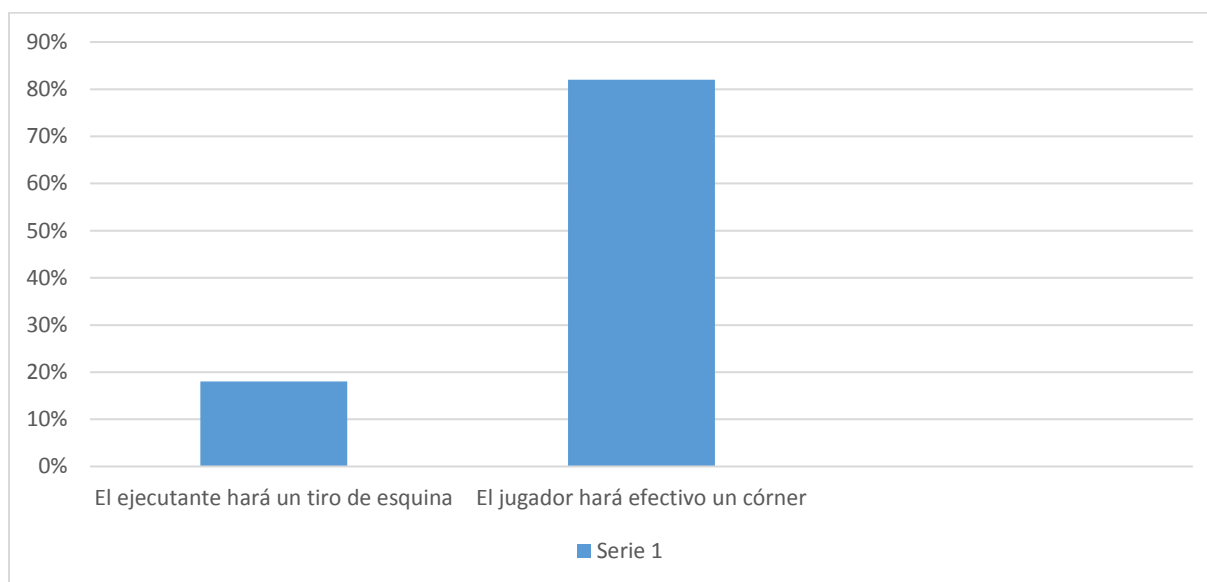
Cuadro 7. Extranjerismos en el lenguaje deportivo

	Frecuencia	Porcentaje
El ejecutante hará un tiro de esquina	69	18%
El jugador hará efectivo un córner	312	82%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 6. Extranjerismos en el lenguaje deportivo



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: El 82 % valida la expresión “el jugador hará efectivo un córner” mientras que el 18 % restante no respalda aquella expresión.

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: Lenguaje deportivo

Indicador: Vulgarismo

Técnica cualitativa: Test proyectivo

Pregunta N: 6. A partir de la imagen visualizada ¿Qué interpretación merecen estas expresiones idiomáticas de un diario tan popular de Guayaquil?

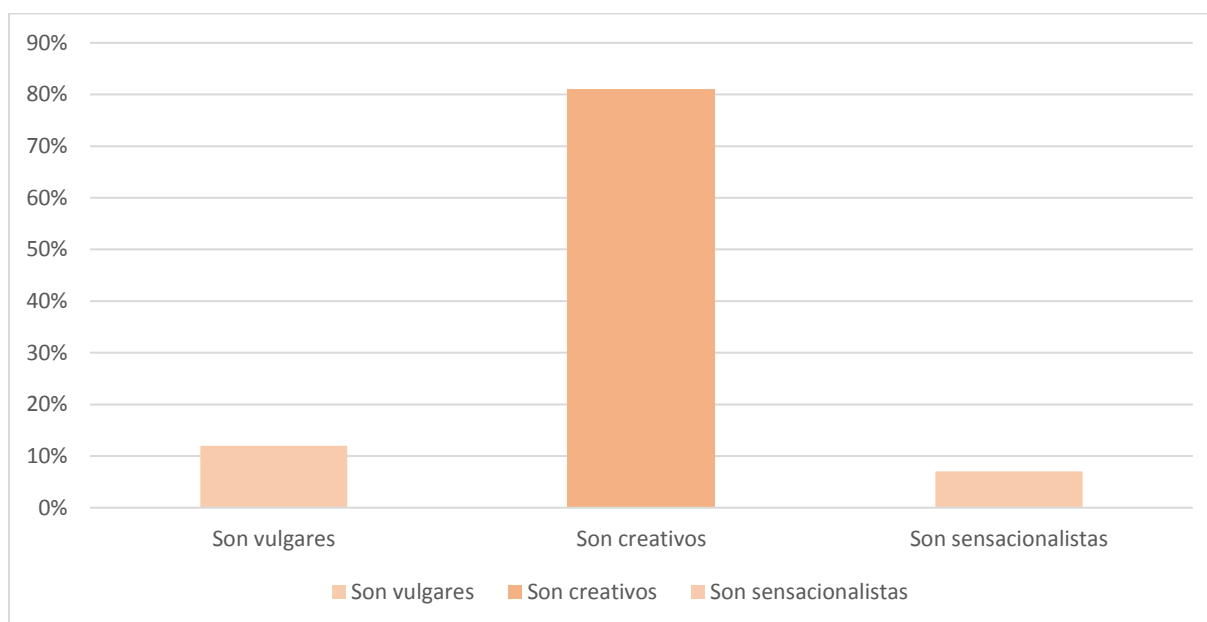
Cuadro 8. Vulgarismo en la portada de un periódico

	Frecuencia	Porcentaje
Son vulgares	47	12%
Son creativas	307	81%
Son sensacionalistas	27	7%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 7. Vulgarismo en la portada de un periódico



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: Una mayoría del 81 % opina que se trata de un titular creativo, un 7 % cree que son sensacionalista y por otro lado el 12 % lo considera vulgar.

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: Lenguaje deportivo

Indicador: Vulgarismo

Técnica cualitativa: Escala de Thurstone

Pregunta N: 7. En cuanto al lenguaje deportivo empleado por esta rama de la comunicación, los discursos de los comentaristas deportivos tienden a extender su léxico de manera estratégica porque busca:

Embellecer su lenguaje a través de la creatividad y estilo personal

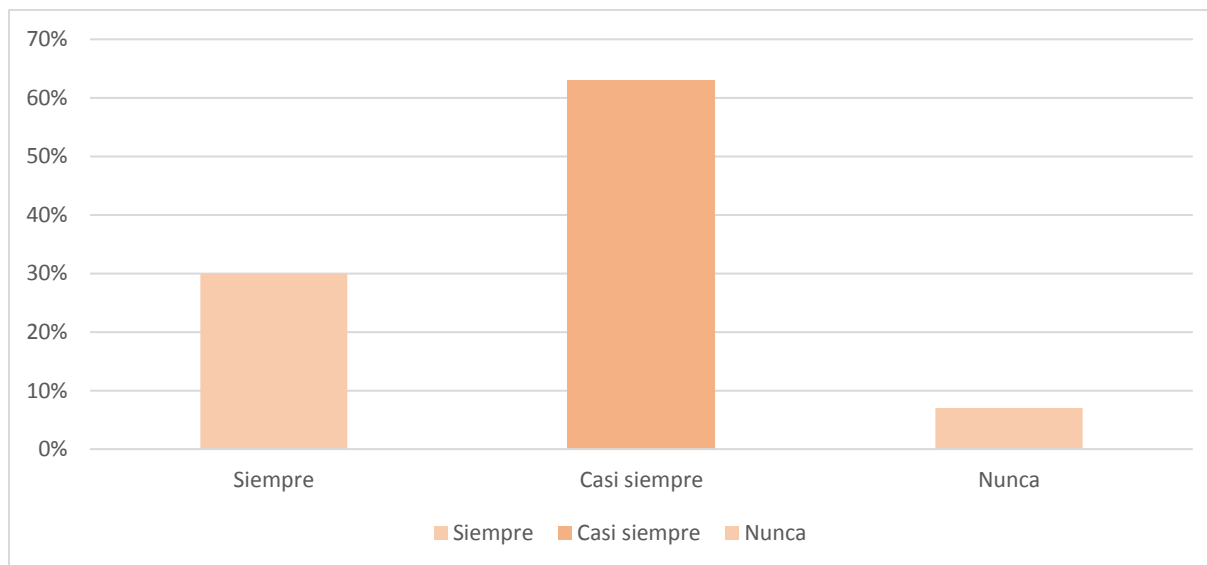
Cuadro 9. Vulgarismo para embellecer el lenguaje deportivo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	112	30%
Casi siempre	241	63%
Nunca	28	7%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 8. Vulgarismo para embellecer el lenguaje deportivo



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: Los encuestados decidieron que casi siempre 63/ el contenido vulgar expresado por los periodistas deportivos, embellece a través de su creatividad y estilo, luego está en segundo lugar siempre con un 30 % y para concluir un 7 % dijeron que nunca.

Pregunta N: 7. En cuanto al lenguaje deportivo empleado por esta rama de la comunicación, los discursos de los comentaristas deportivos tienden a extender su léxico de manera estratégica porque busca:

Tiene mucho conocimiento y es enterado de nuevas terminologías en el fútbol

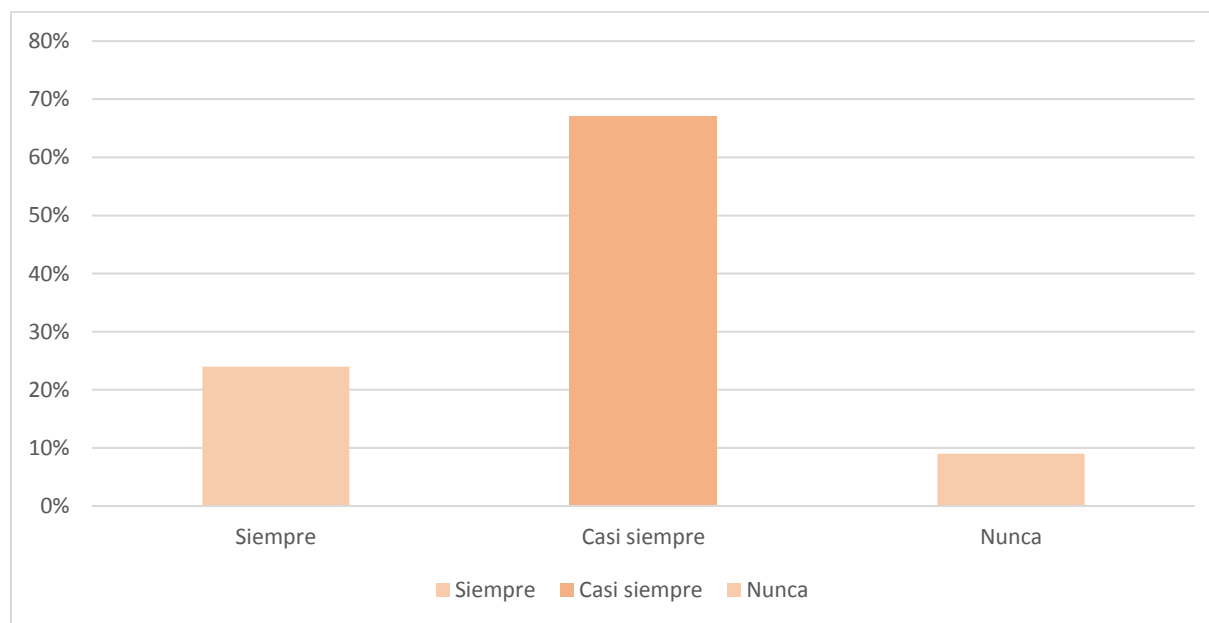
Cuadro 10. Vulgarismo como conocimiento adicional en el periodismo deportivo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	92	24%
Casi siempre	254	67%
Nunca	35	9%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 9. Vulgarismo como conocimiento adicional en el periodismo deportivo



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: El 67 % de las personas dijeron que casi siempre los periodistas deportivos están ampliando su conocimiento y se pasan actualizando nuevas maneras de expresar en el fútbol, mientras que siempre llegó a un 24 % y el 9 % restante manifestaron que nunca.

Pregunta N: 7. En cuanto al lenguaje deportivo empleado por esta rama de la comunicación, el discurso de los periodistas deportivos tiende a extender su léxico de manera estratégica porque busca:

Intenta capturar al público con frases hechas desde los sectores urbanos

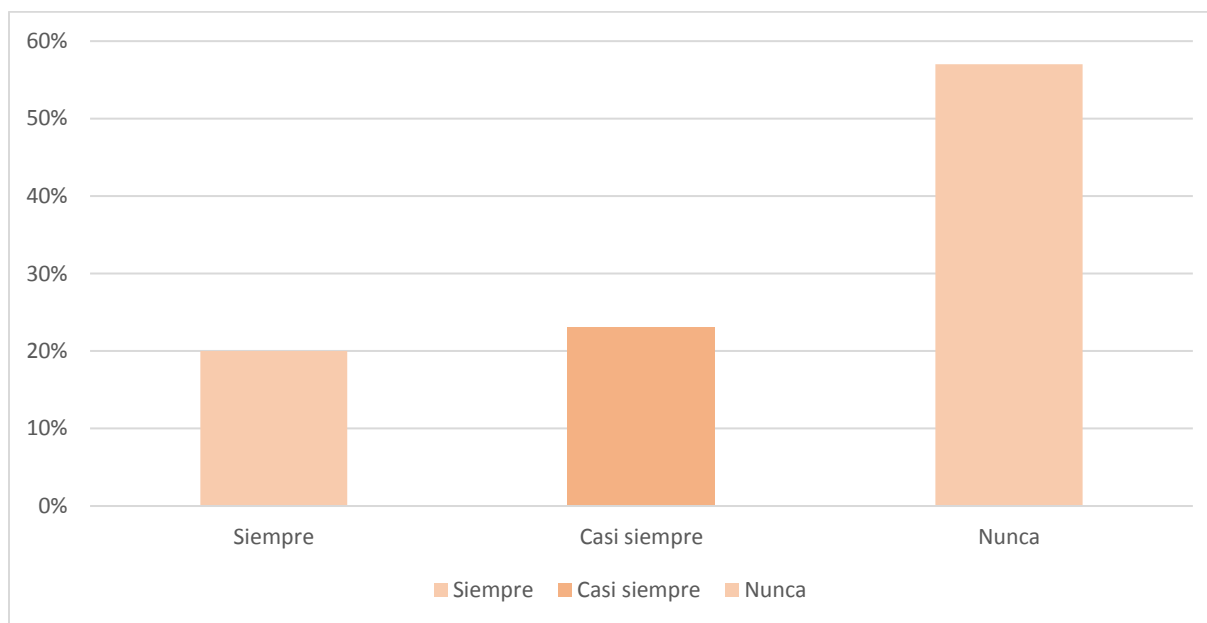
Cuadro 11. Vulgarismo acogidos del sector urbano

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	77	20%
Casi siempre	87	23%
Nunca	217	57%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 10. Vulgarismos acogidos del sector urbano



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: El 23 % de las personas encuestadas dijeron que casi siempre los periodistas deportivos usan este lenguaje coloquial porque intenta capturar al público con frases hechas desde los sectores urbanos, luego dijeron que siempre con un 20 % de los periodistas extienden su léxico de esta manera siempre y un 57% expresaron que nunca.

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: Lenguaje deportivo

Indicador: Vulgarismo

Técnica cualitativa: Escala de intensidad

Pregunta N: 8. ¿Está usted de acuerdo que los comentaristas deportivos, fomenten en la audiencia, un lenguaje común y práctico para conseguir un mejor entendimiento de los hechos?

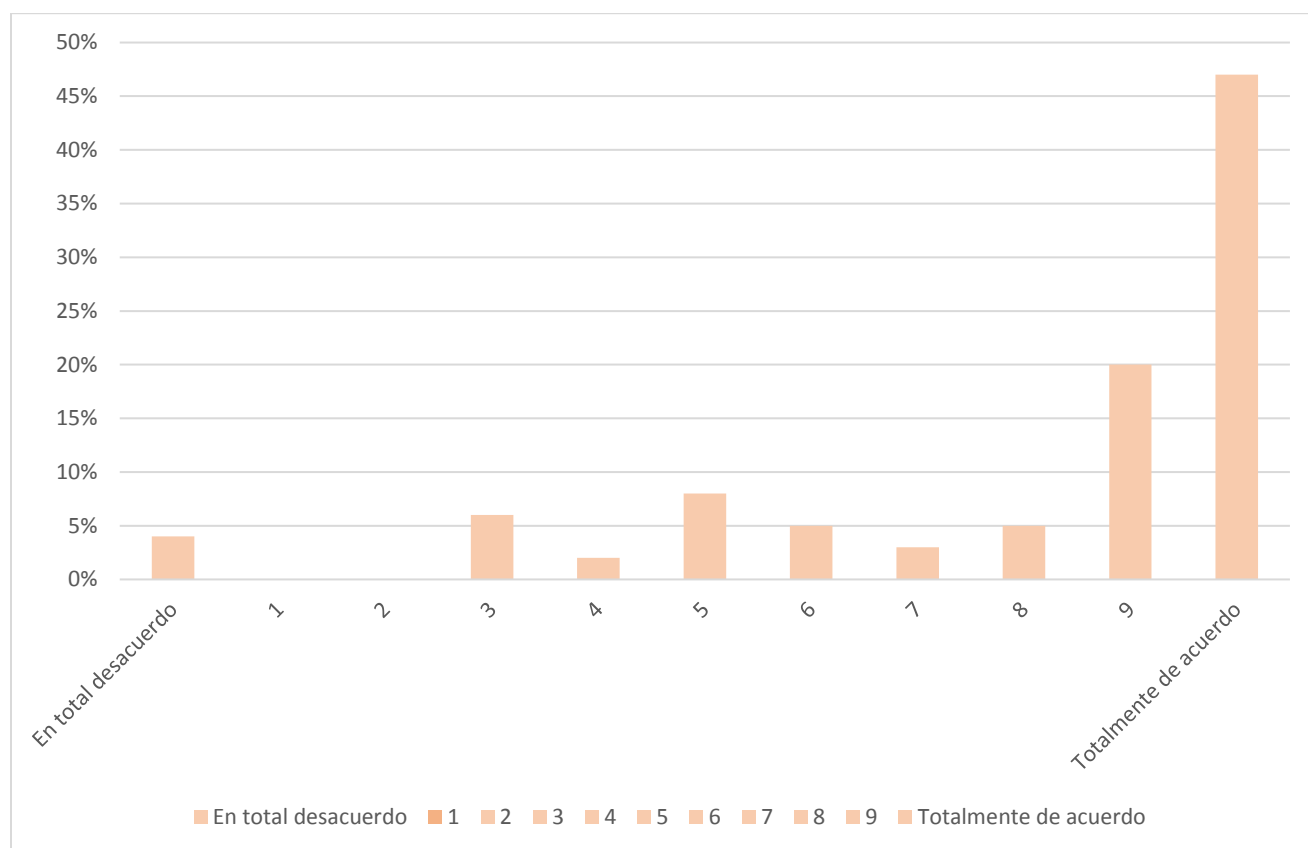
Cuadro 12. Lenguaje común del periodista deportivo

N.-	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo total	15	4%
1	0	0%
2	0	0%
3	23	6%
4	6	2%
5	31	8%
6	18	5%
7	12	3%
8	19	5%
9	76	20%
Totalmente de acuerdo	181	47%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 11. Lenguaje común del periodista deportivo



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: Los resultados arrojaron que el 47 % de las personas están totalmente de acuerdo de que los periodistas deportivos empleen un lenguaje común para una mayor comprensión de los acontecimientos deportivos, mientras que el desacuerdo en total obtuvo una minoría con tan solo el 4%.

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: Lenguaje deportivo

Indicador: Metáforas

Técnica cuantitativa: Escala de intensidad

Pregunta N: 9. ¿En qué grado de intensidad, está de acuerdo que las expresiones emitidas por los periodistas deportivos deban incluir términos coloquiales para narrar un partido de fútbol?

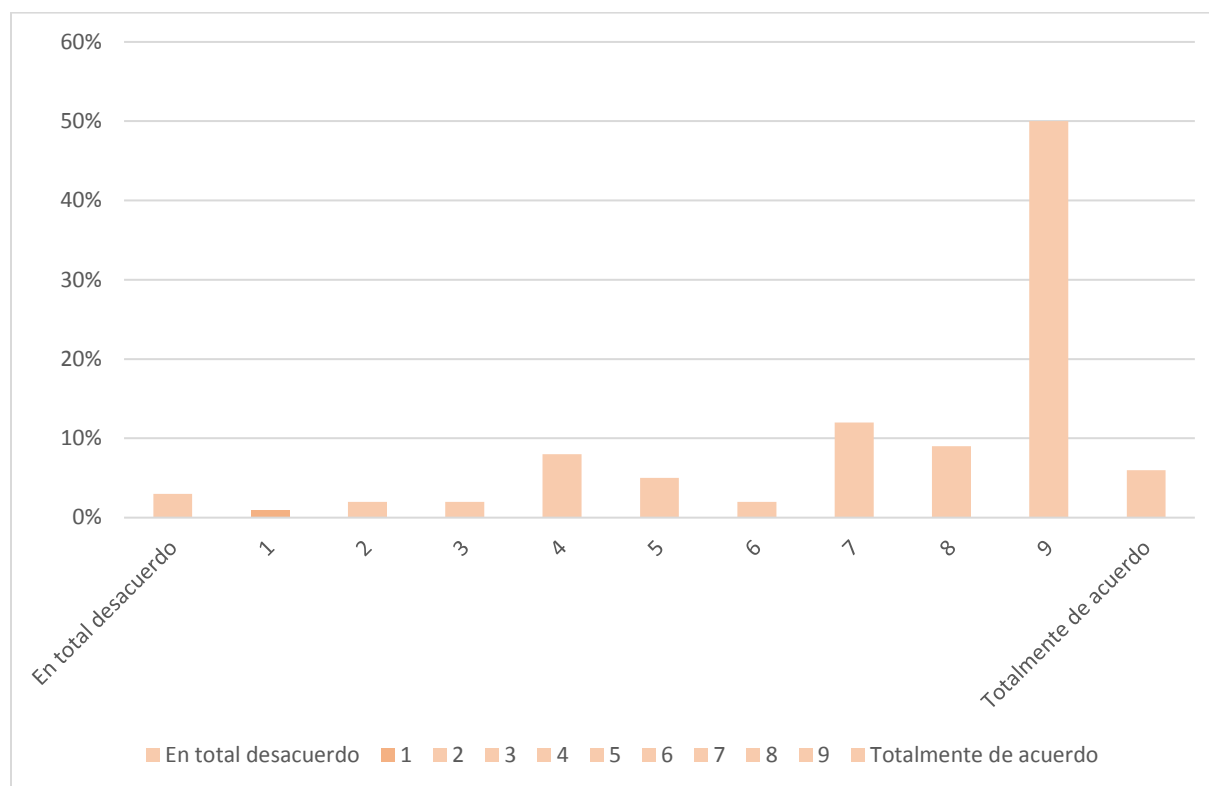
Cuadro 13. Metáforas emitidas por periodistas deportivos

N.-	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo total	11	3%
1	2	1%
2	9	2%
3	6	2%
4	31	8%
5	19	5%
6	8	2%
7	44	12%
8	36	9%
9	191	50%
Totalmente de acuerdo	24	6%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 12. Metáforas emitidas por periodistas deportivos



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: En las personas encuestadas se logró obtener una gran cantidad de ellos alrededor del 50 %, que estuvo casi de acuerdo de que los términos coloquiales sean incluidos dentro del periodista para narrar un partido de fútbol, mientras que el 3 % resultó estar en desacuerdo.

Variable: Recepción del contenido deportivo

Dimensión: Lenguaje deportivo

Indicador: Metáforas

Técnica cuantitativa: Escala verbal

Pregunta N: 10. ¿Cómo considera usted, la implementación de dialectos por parte de comentaristas deportivos, para comparar las diferentes situaciones presentadas en el campo de juego?

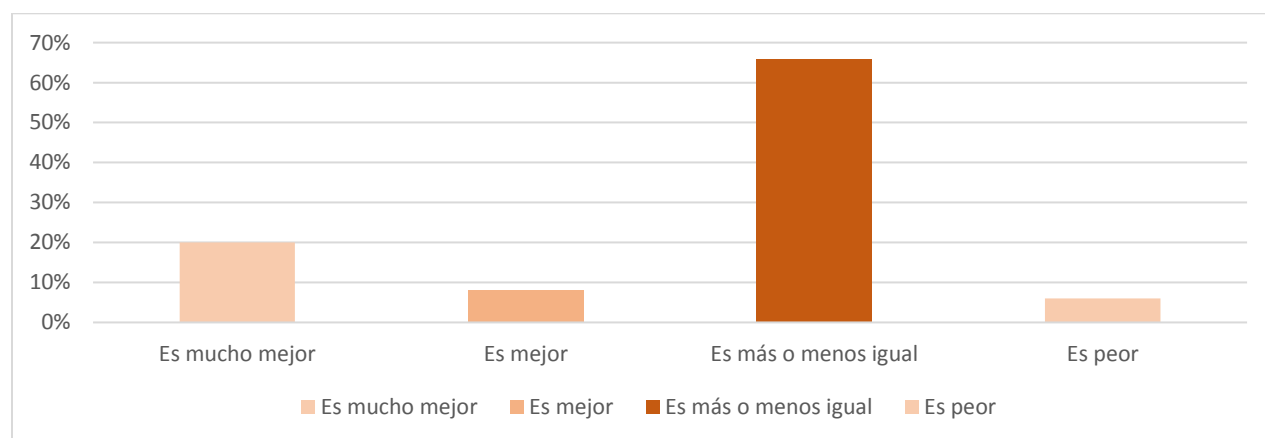
Cuadro 14. Comparaciones en el campo de juego

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Es mucho mejor	73	20%
Es mejor	30	8%
Es más, o menos igual	257	66%
Es peor	21	6%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 13. Comparaciones en el campo de juego.



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: El 66 % decidió que le da más o menos igual, la utilización de comparaciones de los periodistas deportivos para describir lo que ocurre en cancha, mientras que, en un menor porcentaje, prefirieron decir que es mucho mejor usarlo con un 20 %, el 8% dice que es mejor, mientras que el 6% considera peor.

Variable: Recepción del contenido deportivo

Dimensión: Noticias deportivas

Indicador: Canales audiovisuales

Técnica cuantitativa: Encuesta

Pregunta N: 11. En cuanto a noticias deportivas, busca estar informado de los que acontezca por medio de:

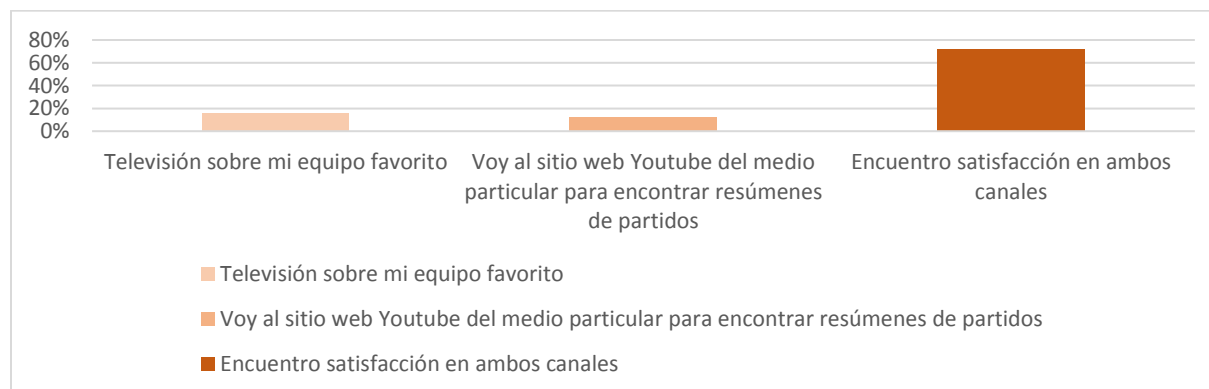
Cuadro 15. Noticias deportivas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Televisión sobre mi equipo favorito	61	16%
Voy al sitio web YouTube del medio particular para encontrar resúmenes de partidos	44	12%
Encuentro satisfacción en ambos canales	278	72%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 14. Noticias deportivas



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: el 16 % de los encuestados dijeron que prefieren ver televisión sobre su equipo favorito, el 12 % dijo que prefiere ir al canal de Youtube del medio particular para ver los resúmenes de los partidos y por último la gran mayoría escogió el 72 % encontrando satisfacción en ambos canales.

Variable: Recepción del contenido deportivo

Dimensión: Noticias deportivas

Indicador: Canales audiovisuales

Técnica cuantitativa: Encuesta

12) ¿Está de acuerdo que el contenido deportivo a través de páginas digitales, sean del consumo y agrado de la audiencia por su fácil acceso en la Internet?

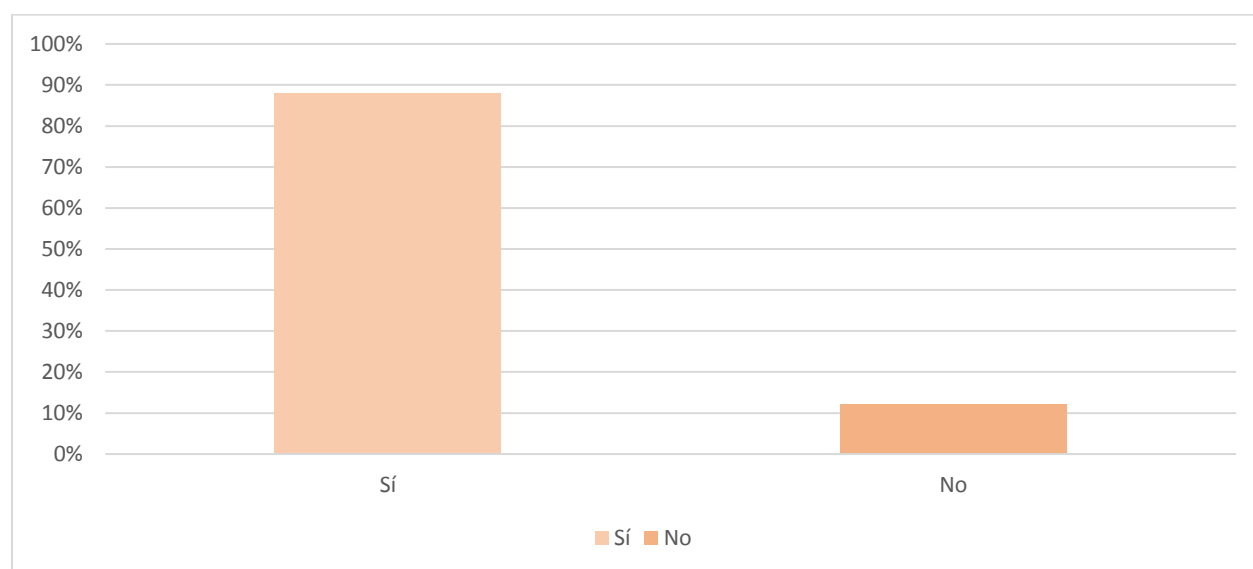
Cuadro 16. Páginas digitales

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	46	12%
No	335	88%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 15. Páginas digitales



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de los sectores 35-40 Francisco Segura

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: En cuanto al consumo de noticias deportivas en portales digitales, la gente contestó en un 88% que sí es de su agrado, mientras que el 12 % restante dijo que no.

Variable: Recepción del contenido deportivo

Dimensión: Noticias deportivas

Indicador: Canales audiovisuales

Técnica cuantitativa: Encuesta

13) De acuerdo a su percepción, ¿Cree usted, que las siglas FIFA, FEF, ECUAFÚTBOL, ASOGUAYAS, están dentro de su conocimiento?

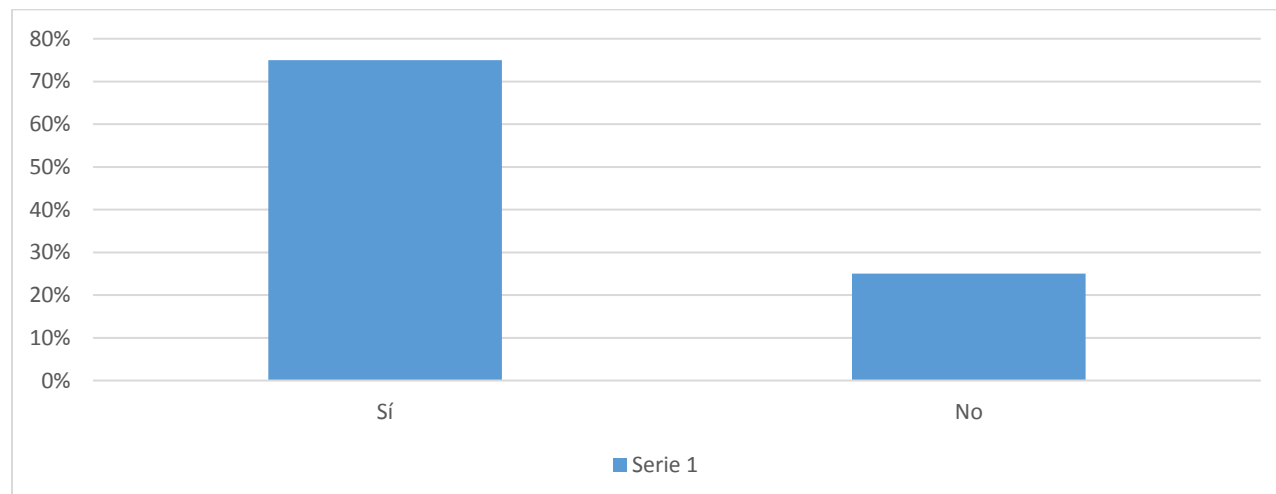
Cuadro 17. Siglas en el fútbol

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	287	75%
No	94	25%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 16. Siglas en el fútbol



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: Según el conocimiento del encuestado, entienden perfectamente las siglas de entidades deportivas aquí en Ecuador, teniendo un alto porcentaje del 75%, el 25% dijo que no conocía aquellos términos.

Variable: Recepción del contenido deportivo

Dimensión: Fraseología

Indicador: Epónimos deportivos

Técnica cuantitativa: Encuesta

14) De acuerdo a lo que observa, qué interpretación tiene sobre la palabra Puskás, en una premiación importante, bajo la organización de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA).

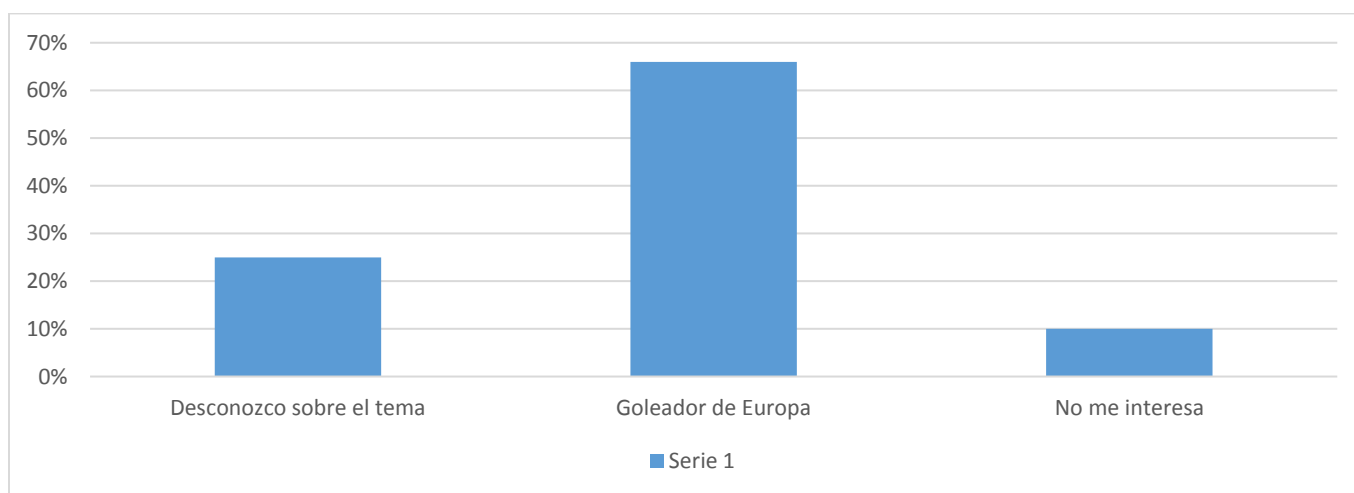
Cuadro 18. Epónimos deportivos

	Frecuencia	Porcentaje
Desconozco sobre el tema	98	25%
Goleador de Europa	242	66%
No me interesa	41	10%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 17. Epónimos deportivo



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: La audiencia con un 25 % manifestaron que desconocían a Puskas en su faceta como jugador de fútbol profesional, luego tenemos que el 66% sí conocían quien era Puskas y el 10 % dijo que no le interesaba.

15) ¿Cree usted conveniente en ejecutar una propuesta acerca de las expresiones idiomáticas por medio de la red social Facebook, en el que aporte sobre: ¿conceptos, origen y modismos existentes, en el lenguaje deportivo de los medios de comunicación?

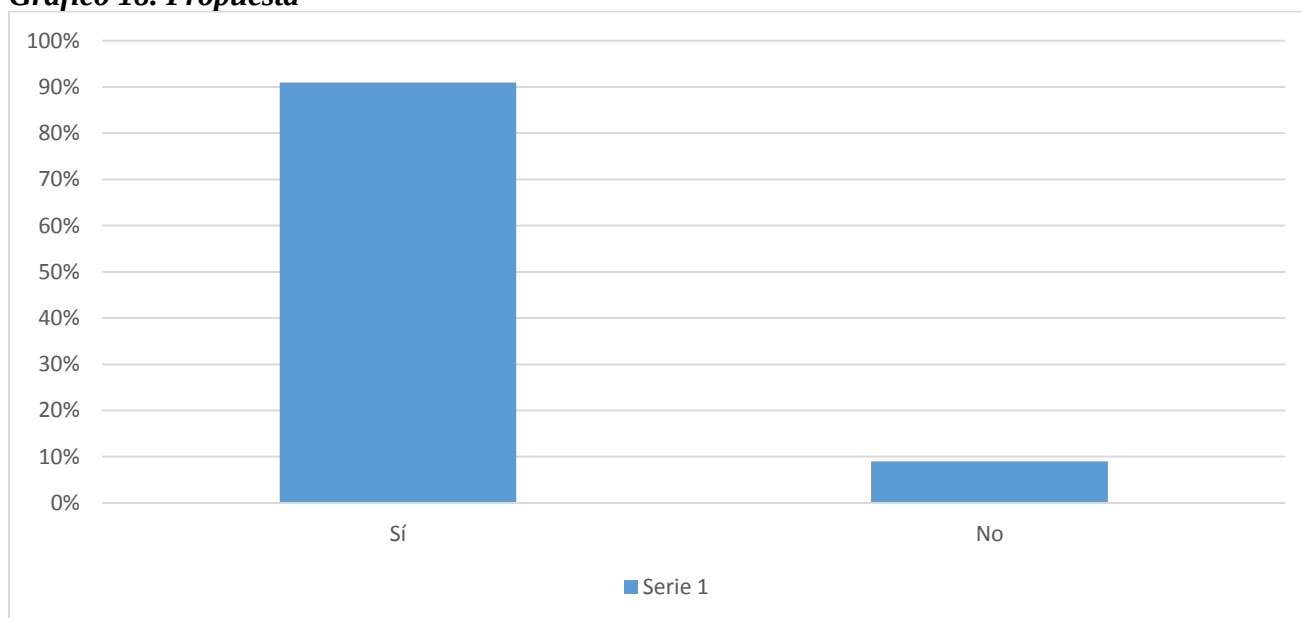
Cuadro 19. Propuesta

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	346	91%
No	35	9%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

Elaborado por: Paúl Sandoval

Gráfico 18. Propuesta



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil

Elaborado por: Paúl Sandoval

Análisis: La mayoría de los encuestados cree conveniente la creación de una propuesta acerca de expresiones idiomáticas y su mejoramiento en el conocimiento con un porcentaje del 91%, el 9 % se inclinó por el no.

3.7. Comprobación de la hipótesis

Se pudo conocer que los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil, se les hace familiar la frase Se me cae el alma al piso, seguida de el árbitro dice jueguen muchachos y para culminar y la menos importante fue El que no las hace las ve hacer, teniendo así poca repercusión en su conocimiento, esta última expresión deportiva.

En la interrogante sobre el estado de ánimo que muestra en el test proyectivo Fabián Gallardo y su famosa frase El árbitro dice juegue muchachos, extraído de la cuenta oficial del periodista Antonio Ubilla, la gran mayoría optó por que transmite un estado de efusividad en la aplicación de dicha expresión idiomática.

En la aplicación de términos ajenos de otras disciplinas deportivas en el fútbol, la audiencia no tuvo problemas con decir que si es positivo tener ese tipo de conocimiento y que la adaptación de expresiones no cabe la negatividad, siendo esta necesaria en la vida diaria de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil, para seguir obteniendo información sobre su uso en las transmisiones deportivas.

En la pregunta enfocado al empleo del vulgarismo por parte de periodistas deportivos, los encuestados manifestaron que su incursión en la profesión es una manera de llevar un recurso adicional cuando se narrar un partido de fútbol, que través de aquella se puede usar la imaginación sea en televisión, radio o prensa escrita, tal y como se expuso en la técnica del test proyectivo por medio de una portada de periódico muy conocido en el país como es el extra y en el que se detallaba frases como: Jo, jo, jo llegó Barcenoe, haciendo alusión al campeonato del 2016 como obsequio a los hinchas amarillos. Esto para el sector estudiado, dijo que esas expresiones lucen muy creativas.

Para la recepción del contenido, los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, decidieron por mantener sintonía con los actuales canales de transmisión deportiva como los son medios de comunicación y la plataforma social Youtube, en donde ofrecen todo lo concerniente al mundo del fútbol y el contenido discursivo de los periodistas deportivos.

Para la propuesta, la audiencia manifestó que está de acuerdo con que se aplique un diseño de plataforma virtual en el que se hable sobre las expresiones idiomáticas desde sus conceptos, orígenes y clasificación.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1 Tema

Elaboración de una plataforma virtual con las expresiones idiomáticas para el mejoramiento del conocimiento de los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

4.1.1. Nombre del Proyecto

Expande tu conocimiento deportivo

4.1.2. Técnica

La técnica que se usó en esta propuesta es el desarrollo de una plataforma virtual.

4.1.3. Cobertura

El estudio de este proyecto está dirigido hacia los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

4.1.4. Ubicación

La presente investigación tendrá lugar en el Suroeste de Guayaquil, específicamente para la muestra de la población de la Parroquia Febres Cordero.

4.1.5. Tiempo

La plataforma virtual sobre expresiones idiomáticas estará por un plazo de un mes, por la cual será suficiente para recabar la información pertinente a la investigación pertinente.

4.1.6. Responsable

Licenciado en Comunicación Social, Paúl Andrés Sandoval Fierro.

4.1.7. Económico

El proyecto tendrá un financiamiento de \$ 400 dólares.

4.1.8. Financiamiento

El gasto para este proyecto saldrá de la inversión del estudiante Paúl Andrés Sandoval Fierro.

4.2. Antecedentes

En esta investigación se tuvo como herramienta de trabajo, el cuestionario de preguntas, por consiguiente, se logró encontrar en los habitantes del Suroeste de Guayaquil de la Parroquia Febres Cordero, una falta de entendimiento profundo sobre estas expresiones idiomáticas que utilizan los periodistas deportivos, dado que su interpretación estaba dada de forma superficial en los distintos medios existentes.

4.3. Justificación

Después de haber obtenido los resultados de los criterios de los moradores que residen en el Suroeste de Guayaquil, precisamente en la Parroquia Febres Cordero, se pudo saber que el conocimiento que tienen por el lenguaje deportivo, se debe al gusto que tienen por seguir a su equipo favorito, sin embargo, es necesario aplicar una propuesta que ayuden a orientar lo que perciben a través de los medios de comunicación.

La propuesta emerge por el gran alcance que tiene el fútbol en la vida de todos los ciudadanos en la ciudad de Guayaquil, sobre todo en este sector, que tiene una gran aceptación debido a que este deporte es parte de su cultura. No obstante, las expresiones idiomáticas tienen su efecto en los ciudadanos, pero de forma inconsciente, las reproducen y no tienen la necesidad de cuestionar o saber la diversidad o prolongación de términos que lleva teniendo durante muchos años en el periodismo deportivo.

Por ende, se usará una plataforma virtual para guiar a través de informaciones periódicas sobre cada expresión usada por los periodistas deportivos y a su vez estarán expuestas en el sitio web, extendiendo por medios de conceptos, clasificación, origen y tendencias de nuevos modismos en el ámbito futbolero. Siendo pertinente por medio de las redes sociales, ya que actualmente la audiencia seleccionada, busca información a través de lo digital.

4.4. Objetivos

4.4.1. Objetivo General

- Elaborar una plataforma virtual con las expresiones idiomáticas para el mejoramiento del conocimiento de los habitantes del Suroeste de Guayaquil

4.4.2 Objetivos Específicos

- Emplear las distintas técnicas y métodos e instrumentos que ayuden a obtener los resultados sobre las expresiones idiomáticas y su recepción en los habitantes del Suroeste de Guayaquil.
- Escoger la información relevante para el diseño de la plataforma virtual.
- Difundir la plataforma virtual a través de las redes sociales en dirección a los consumidores de fútbol que aporten al crecimiento cultural de los mismos.
- Indagar la situación actual de las expresiones idiomáticas y su recepción del contenido deportivo en los habitantes del Suroeste de Guayaquil.

Fundamentación teórica

4.5. Contenido de la propuesta

La propuesta tendrá como etapa inicial, unas palabras de bienvenida a todos los usuarios que desean ser partícipes de la plataforma y su contenido. Esta primera impresión constará de un fondo atractivo en donde aparezcan las expresiones idiomáticas más reconocidas del periodismo deportivo a nivel nacional.

Luego, se hablará brevemente de lo que tendrá por segmentos con su respectiva información. En este apartado se trabajará mucho con las peticiones emitidas por los sujetos de la investigación, a través de sus repuestas en las encuestas. Teniendo así conceptos de cada uno de las terminologías foráneas aplicadas en el fútbol desde su origen, contexto y tiempo. Dentro de esas opciones también se verá información extra de algún suceso histórico, en el que un periodista haya lanzado durante una transmisión deportiva expresiones idiomáticas particulares y que en esta plataforma se encargará de explicarla.

4.6. Descripción de la propuesta

En la siguiente parte del trabajo, se describirá a detalle lo que se usará como elemento interactivo en el diseño de la plataforma virtual sobre expresiones idiomáticas.

- **Texto**

Se tendrá en consideración una información relevante para los consumidores de fútbol, enfocando desde un punto de vista objetivo y real a la hora de encontrar el contenido de su preferencia. Lo que se tiene como principal objetivo en la creación de información, es proporcionar la mayor cantidad de expresiones idiomáticas usadas a nivel nacional y del mundo.

- **Imágenes**

En cuestión de darle un dinamismo distinto a otras propuestas, se implementará para esta plataforma virtual, la aparición de imágenes que respalden lo dicho con el texto, con el fin de enganchar al público mediante un contenido mixto y didáctico.

- **Videos**

Elementos sonoros y gráficos, es otra de las alternativas que se manejará en el sitio digital, en el que se compartirá información archivo o reciente de las mejores frases idiomáticas utilizadas por los periodistas deportivos.

4.7. Afiche de promoción de la propuesta



Tabla 2. Mundo del lenguaje deportivo. (Elaboración propia, 2019)

4.8. Recursos

4.8.1. Recursos técnicos

Material	Valor unitario	Total
Computadora	1	350,00 \$
Laptop	1	400,00 \$
Impresoras	1	200,00 \$
Proyector	1	0 \$
Software de edición	1	45,00 \$
Total	5	995,00 \$

4.8.2. Recursos de papelería

Material	Valor unitario	Total
Lápiz	1	0,45 \$
Borrador	1	0,25 \$
Plumas	1	1,00 \$
Resma de hojas	1	5,00 \$
Cuadernillo de trabajo	1	1,50 \$
Total	5	8,20 \$

4.9. Conclusiones

Las bases teóricas que fueron ideales para la presente investigación se pudo tomar de obras de estudio de comunicación como de Wolton y Antonio Paquialli; de expresiones idiomáticas y su utilización en el lenguaje español por medio de autores tales como Silveira y Pontes, Anca con su estudio Contrastivo del idioma Español, inglés y rumano, entre otras que sirvieron para sustentar el fenómeno de las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil.

El tipo de investigación a investigar fue a través de la descripción del sector por medio de encuestas, usando distintas técnicas y combinadas a la hora de realizar las encuestas, en el que tuvo participación toda la Parroquia Febres Cordero, concerniente al análisis de expresiones idiomáticas y su incidencia en el nivel cultural.

Se pudo conocer que prefieren realizar una propuesta virtual y divulgación de las redes sobre el contenido de fútbol, en este caso para profundizar el discurso empleado por los periodistas deportivos.

4.10. Recomendaciones

Se sugiere realizar un trabajo descriptivo para poder entender el problema de determinado sector. Para el trabajo de campo es viable utilizar técnicas de investigación para poder ahondar con mejor criterio las distintas necesidades que presentan en la investigación los moradores de la Parroquia Febres Cordero.

Se pretende también decir que por el plazo que brinda para desarrollar la investigación es delimitar el lugar en que se va a desarrollar como objeto de estudio los sujetos de la investigación y además formular de forma precisa hacia el tipo de público que va dirigido el cuestionario de preguntas.

Se recomienda también al momento de ejecutar la propuesta, ser un tipo de proyecto alcanzable para todos los usuarios o consumidores de fútbol a través de la internet o en algún sitio web en específico. Elaborando sencillos pasos y directos para la comprensión del contenido en que se va abordar en la parte final del proyecto investigativo.

4.9. Bibliografía

- Agulló, R. (2003). *Diccionarios de términos deportivos*. Espasa.
- Aleixandre, R. (2007). Terminología y lenguaje deportivo del fútbol. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*.
- Anca, R. (2006). Estudio contrastivo de expresiones idiomáticas en español, inglés y rumano. *Dialnet*.
- Arco, M. d. (2005). Aproximación a la historia del pensamiento fraseológico español: las locuciones con valor gramatical en la norma culta. *Aproximación a la historia del pensamiento fraseológico español: las locuciones con valor gramatical en la norma culta*. Universidad de Granada, Granada.
- Ayala. (2011). Revista deportiva con las expresiones y el lenguaje que utiliza el periodismo deportivo en el fútbol ecuatoriano. *Repositorio Institucional de la Universidad Salesiana*, 48.
- Castañón, J. (2012). Lenguaje periodístico del deporte en el idioma español del siglo XXI. *Revistas Científicas Complutenses*.
- Castro, J. (2017). *Uso de modismos y términos anglosajones en el idioma Español y su incidencia comunicacional y cultural en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social (FACSO)*. Facultad de Comunicación Social, Guayaquil.
- Corominas, M. (2001). *Los estudios de recepción*. Obtenido de Los estudios de recepción: En el URL <http://www.portalcomunicacion.net/download/4.pdf>.
- Definición.de. (2018). Obtenido de <https://definicion.de/>
- dictionary, T. f. (2018). Obtenido de <https://es.thefreedictionary.com/>
- EcuRed. (2018). Obtenido de https://www.ecured.cu/EcuRed:Enciclopedia_cubana
- Egidos, Ortiz, & Peña. (1998). Recepción-consumo de medios masivos de comunicación y nuevas tecnologías. Los jóvenes ingresantes a la carrera de comunicación social. *Dialnet*(10).
- Escribano, A. (2006). *Lengua y medios de comunicación*. Salamanca: Librería Cervantes.
- Genette, G. (1969). *“Frontières du récit”*. París: Seuil.
- Haensch. (1982). *La lexicografía. De la linguística teórica a la lexicografía práctica*. Madrid: Gredos.
- Herrero, J. (2011). “Los programas deportivos de la Radio Española en la red social Facebook: Espacio de promoción, lugar de encuentro... ¿Medidor de audiencia?”, . *Universidad de Salamanca*.

- Irigaray, & Lovato. (2014). Hacia la comunicación transmedia. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.
- Ispizua, M. (2014). Análisis del tratamiento de la terminología Violenta y/o sexista en las noticias deportivas de la prensa escrita. *Dialnet*.
- Manfredi, J., Rojas, J., & Herramz de la Casa, J. (2015). Innovación en el periodismo emprendedor deportivo. Modelo de negocio y narrativas. *Repositorio Español, Ciencia y Tecnología*.
- Martín, L., & Mijares. (2007). Sólo español: una reflexión sobre la norma monolingüe y la realidad multilingüe en los centros escolares. *Revista de Educación*, 94.
- Olmedo, S. (2011). Comprender la Comunicación, de Antonio Pasquiali. *Razón y palabra*.
- Parra, A. (2007). *Sociología del fútbol: desarrollo de una pasión ecuménica*. Santiago: Facultad De Ciencias Sociales. Universidad Central de Chile.
- Pintori, A. (2004). Las expresiones idiomáticas y el índice de frecuencia de errores en su conocimiento encuesta en diferentes universidades de la geografía Española. *Universitat Autònoma de Barcelona*.
- Pontes, L., & Silveira, S. d. (2012). Expresiones idiomáticas en clases de Español. *Pontificia Universidad Católica de Río Grande del Sur*.
- Ricoeur. (1983). *The narrative function: Hermeneutics and the Human Sciences*. Nueva York: Cambrigde University Press.
- Rojas, L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Depósito de Investigación Universidad de Sevilla*.
- Serrano, M., & Piñuel, J. (1982). Teoría de la comunicación: . En M. Serrano, & J. Piñuel, *Epistemología y análisis de la referencia* (pág. 104). Madrid: A. Corazón.
- Stener, & Berelson. (1964). *El comportamiento humano de los descubrimientos científicos*. Nueva York: Harcourt Brace y World.
- Toro, L. (2004). LA FRASEOLOGÍA EN LOS DICCIONARIOS DE USO DEL ESPAÑOL ACTUAL: UNA PROPUESTA DIDÁCTICA. *Centro Virtual Cervantes*.
- Torrebadella, X., & Nomdedeu, A. (2013). Foot-ball, futbol, balompié... Los inicios de la adaptación del vocabulario deportivo de origen anglosajón. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*.
- Venelogía. (2013). Obtenido de <https://www.venelogia.com>
- Villena, S. (2003). *Gol-balización, identidades nacionales y fútbol*. Buenos Aires: CLACSO.
- Wolton. (2007). *Pensar en la comunicación*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

APÉNDICES

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Cuestionario

Título de la investigación

“Expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, Suroeste de Guayaquil, 2018”.

Nombre del encuestador: Paúl Andrés Sandoval Fierro, egresado de la Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social, carrera Comunicación Social.

Objetivo: “Analizar las expresiones idiomáticas de los periodistas deportivos y su recepción del contenido deportivo en los habitantes del Suroeste de Guayaquil, 2018”.

Fecha:

Indicaciones: Esta recopilación de información es anónima, no requiere de su identificación y sus resultados son para fines de estudios científicos.

Variable: Expresiones Idiomáticas

Dimensión: Narrativa periodística

Indicador: Ambigüedad lingüística

Técnica cuantitativa: Encuesta

1) Con qué expresiones idiomáticas de las narraciones deportivas se identifica más:

- A) Se me cae el alma al piso
- B) El árbitro dijo jueguen muchachos
- C) El que no las hace, los ve hacer
- D) Ninguna de las anteriores

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: Narrativa periodística

Indicador: Ambigüedad lingüística

Técnica cualitativa: Test proyectivo

En la cuenta de Twitter titula *Fabián Gallardo Moscoco y su clásico: "Y el árbitro dice, jueguen muchachos"*, otro grande del relato, se observa la siguiente imagen.



Figura 1. Fabián Gallardo Moscoco, y su clásico: "Y el árbitro dice, jueguen muchachos ", otro grande del relato. (Twitter Ubilla, A, 2017)

2) De acuerdo lo que observa, cree que la expresión del periodista Fabián Gallardo, lo expresa con:

- A) Efusividad
- B) Seriedad
- C) Aburrimiento

Variable: Expresiones Idiomáticas

Dimensión: Narrativa periodística

Indicador: Prestación de palabras

Técnica cuantitativa: Escala de Thurstone

3) Al tomar términos ajenos de disciplinas deportivas como el basquetbol, béisbol, tenis y trasladarlas al fútbol, es de alguna manera:

- A) Positiva para familiarizar el término en todas las disciplinas.
- B) Negativa por su adaptación innecesaria en el fútbol
- C) No ofrece algún aporte en el contenido del discurso deportivo.

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: Narrativa periodística

Indicador: Prestación de palabras

Técnica cualitativa: Cambio de roles

4) Si fuese periodista deportivo, manifestaría la línea defensiva de un equipo de la siguiente manera:

A) Zaga Central en juego

B) Back Centrales en juego

C) Ninguna de las opciones

5) Si en caso de un cobro de pelota quieta cerca del banderín de la cancha, Considera desde el punto de vista periodístico, validar la siguiente expresión: “El ejecutante hará un tiro de esquina/ El jugador hará efectivo un córner, ¿Con cuál se quedaría?

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: lenguaje deportivo

Indicador: Vulgarismo

Técnica cualitativa: Test Proyectivo

Gráfico 1.- Diario Extra, diciembre, 2016



En la portada

del (Diario Extra, diciembre, 2016), aparecen las siguientes expresiones:

6) A partir de la imagen visualizada ¿Qué interpretación merecen estas expresiones idiomáticas de un diario tan popular en Guayaquil?

A) Son creativos

B) Son Vulgares

C) Sensacionalistas

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: Lenguaje deportivo

Indicador: Vulgarismo

Técnica cuantitativa: Escala de Thurstone

7) En cuanto al lenguaje empleado por esta rama de la comunicación, el discurso de los periodistas deportivos tiende a extender su léxico de manera estratégica porque busca:

- A) Embellecer su lenguaje a través de la creatividad y estilo personal.
- B) Tiene mucho conocimiento y es enterado de nuevas terminologías en el fútbol.
- C) Intenta capturar al público con frases hechas desde los sectores urbanos.

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: Lenguaje deportivo

Indicador: Vulgarismo

Técnica cuantitativa: Escala de Intensidad

8) ¿Está usted de acuerdo que los comentaristas deportivos, fomenten en la audiencia, un lenguaje común y práctico para conseguir un mejor entendimiento de los hechos?

En desacuerdo total	1	2	3	4	5	6	7	8	9	De acuerdo totalmente
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------

9) ¿En qué grado de intensidad, está de acuerdo que las expresiones emitidas por los periodistas deportivos deban incluir términos coloquiales para narrar un partido de fútbol?

En desacuerdo total	1	2	3	4	5	6	7	8	9	De acuerdo totalmente
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------

Variable: Expresiones idiomáticas

Dimensión: lenguaje deportivo

Indicador: Metáforas

Técnica cuantitativa: Escala verbal

10) ¿Cómo considera usted, la implementación de dialectos por parte de comentaristas deportivos, para comparar las diferentes situaciones presentadas en el campo de juego?

- 1. Es mejor
- 2. Es más o menos igual
- 3. Es peor

Variable: Recepción del contenido deportivo

Dimensión: Noticias deportivas

Indicador: Canales audiovisuales

Técnica cuantitativa: Escala de Thurstone

11) En cuanto a noticias deportivas, busca siempre estar informado de lo que acontezca por medio de:

- A) En televisión sobre mi equipo favorito.
- B) Voy al sitio web YouTube del medio particular para encontrar resúmenes de los partidos.
- C) Encuentro satisfacción en ambos canales.

Variable: Recepción del contenido deportivo

Dimensión: Noticias deportivas

Indicador: Páginas web

Técnica cuantitativa: Encuesta

12) ¿Está de acuerdo que el contenido deportivo a través de páginas digitales, sea del consumo y agrado de la audiencia, por su fácil acceso en el internet?

Sí _ No_

Variable: Influencia del contenido deportivo

Dimensión: Fraseología

Indicador: Siglas y acrónimos

Técnica cuantitativa: Encuesta

13) De acuerdo a su percepción, cree usted, que las siglas FIFA, FEF, ECUAFUTBOL, ASOGUAYAS, está dentro de su conocimiento

Sí _ No_

Variable: Influencia del contenido deportivo

Dimensión: Fraseología

Indicador: Epónimos deportivos

Técnica cualitativa: Test Proyectivo

En el blog '*Los diez golazos nominados al premio Puskás de la FIFA*', se observa la siguiente imagen.

Gráfico 2.- Los diez golazos nominados al premio Puskás de la FIFA. (Sopitas, 2018)



14) De acuerdo a lo que observa, qué interpretación tiene sobre la palabra Puskás, en una premiación importante, bajo la organización de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA).

A) Desconozco el tema

B) Goleador de Europa

C) No me interesa

15) ¿Cree usted conveniente en ejecutar una propuesta acerca de las expresiones idiomáticas por medio de la red social Facebook, en el que aporte sobre: ¿conceptos, origen y modismos existentes, en el lenguaje deportivo de los medios de comunicación?

Sí _ No _

Anexos de fotografías



Imagen 1. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil



Imagen 2. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil



Imagen 3. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil



Imagen 4. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil



Imagen 5. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil



Imagen 6. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil



Imagen 7. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil



Imagen 8. Encuestas realizadas a moradores del Suroeste de Guayaquil

