



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

Carrera de Comunicación Social

**PRODUCCIÓN DE UN PODCAST CON
ENFOQUE DEPORTIVO PARA PROMOVER EL
DEPORTE EN LA PROVINCIA DEL AZUAY**

Autor:

Juan Bernardo Ríos Larriva

Directora:

Ximena Guerrero

Cuenca – Ecuador

2024

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a mis padres Juan Rios y Ma Claudia Larriva por su inquebrantable apoyo a lo largo de mi vida. Su amor incondicional, orientación y sacrificio han sido la base de mi crecimiento y éxito. Gracias por estar siempre ahí, por alentarme a perseguir mis sueños y por ser mis guías en los momentos difíciles.

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mis papás que son mi apoyo incondicional, a mis hermanos por estar pendientes de mí y a mis amigos y amigas que me brindaron todo el apoyo que pudieron en especial a mi gran amiga Joaquina Pesantez. Además, agradezco también a mi tutora de tesis Ximena Guerrero por su ayuda, paciencia, dedicación y por compartirme todos sus conocimientos durante este trabajo de titulación

RESUMEN:

El podcast se ha convertido en uno de los métodos contemporáneos más comunes y óptimos para llegar a las audiencias deportivas en cualquier lugar del mundo, gracias a su versatilidad de estilos y disponibilidad de formato. En este sentido, este proyecto tuvo como objetivo elaborar un podcast con enfoque deportivo para promover el deporte en la provincia del Azuay. Se realizó una investigación cualitativa a través de una revisión bibliográfica histórica del deporte azuayo, complementándose con seis entrevistas a profundidad dirigidas a profesionales del periodismo deportivo y a deportistas representativos de la provincia. Como resultado final se obtuvo la producción de tres podcasts con enfoque deportivo, cuyo contenido busca promover la historia, hitos y avances del deporte azuayo con el objetivo de ser difundido en diferentes escuelas y colegios para promocionar contenido educativo y de entrenamiento, vinculado principalmente con la cultura deportiva en la provincia.

Palabras clave: podcast, deporte, periodismo deportivo, Azuay, deporte azuayo.

ABSTRACT:

The podcast format has become one of the optimal and most common of the contemporary methods of reaching sports audiences worldwide, due to its versatility of styles and its availability across formats. With this in mind, the objective of this project was to create a podcast with a particular focus to promote sports in the Azuay province. A qualitative investigation was done through a bibliographical review of several disciplines in Azuay, complemented with six in-depth interviews with professionals specializing in sports journalism and distinguished athletes from the province. As a result, we obtained three “episodes” of a podcast with a sports approach, whose content looks to promote the history, achievements and advances of sports in Azuay with the objective of being spread in different schools to promote educational and training content, principally linked with the sport culture in the province.

Keywords: podcast, sports, sports journalism, Azuay, Azuay’s sport.

CONTENIDO

AGRADECIMIENTO.....	I
RESUMEN:.....	III
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN Y PROBLEMÁTICA	2
CAPÍTULO 2: MARCO CONCEPTUAL.....	3
2.1 Medios de comunicación y su transformación a nuevos formatos	3
2.2 ¿Qué es un podcast?.....	4
2.3 Podcasting.....	4
2.4 Podcast educativo	5
2.5 Canales de distribución de un podcast	7
2.6 Éxito y rentabilidad del podcast.....	8
2.7 Producción de un podcast.....	11
2.8 Historia del deporte en el Azuay	12
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA	17
3.1 Preguntas de investigación	17
3.2 Objetivo general	17
3.3 Objetivos específicos	17
3.4 Investigación.....	17
3.5 Producción	18
<i>Ilustración 1 - Propuesta logo 1.....</i>	<i>19</i>
<i>Ilustración 2 - Propuesta logo 2.....</i>	<i>19</i>
<i>Ilustración 3 - Logo elegido.....</i>	<i>20</i>
CAPÍTULO 4: RESULTADOS	23
Gráfico 1.....	23
Gráfico 2.....	23
Gráfico 3.....	24
Gráfico 4.....	25
Gráfico 5.....	25
Gráfico 6.....	26
Gráfico 7.....	26
Gráfico 8.....	27
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	28
BIBLIOGRAFÍA	31
ANEXO 1	36

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN Y PROBLEMÁTICA

La acelerada vida que llevan las personas en el mundo contemporáneo ha provocado el uso extendido de contenido rápido y simple con fines educativos, culturales o de entretenimiento. Este es el caso del podcast que, al ser un sistema de fácil acceso y disponibilidad inmediata, ha incrementado su popularidad especialmente desde el 2019, donde alrededor de 155 millones de personas incluyeron este nuevo formato de contenido en su estilo de vida (Winn, 2022). La ventaja de este nuevo formato es aprovechar el tiempo disponible y aumentar la productividad diaria para ser consumido en actividades diarias como el traslado en coche, autobús, quehaceres domésticos o en la realización de actividades físicas.

En diversas plataformas de *streaming* se puede encontrar gran variedad de audios que sirven para el entretenimiento de la audiencia, sin embargo, entre esta gran oferta de material todavía está pendiente encontrar información adecuada, interesante y sobre todo enfocada en la gestión de vida saludable, deportiva y que promueva la cultura del deporte en la provincia del Azuay, ya que ha sido cuna de grandes deportistas, tanto como en el fútbol, así como en otras disciplinas. Tal es el caso del primer medallista olímpico de oro del país, Jefferson Pérez, o los reconocidos logros de los hermanos Enderica en natación y de las emocionantes participaciones de Alfredo Campo en el BMX.

En este sentido, este trabajo busca responder a la pregunta ¿cómo un podcast deportivo puede promover la promoción y difusión del deporte en la provincia del Azuay, y de esta forma, fomentar el consumo de un contenido educativo a través de la producción de un podcast con enfoque deportivo para el fomento de la vida saludable y la gesta deportiva de la provincia?

CAPÍTULO 2: MARCO CONCEPTUAL

2.1 Medios de comunicación y su transformación a nuevos formatos

Los medios de comunicación masiva han debido ajustar sus métodos de producción y trabajo para adecuarse a las nuevas tecnologías y satisfacer las demandas del público (Eguren Villar et al., 2020). Estos ajustes han llevado a una redefinición de los patrones de consumo de información, entretenimiento y relación entre los usuarios y los medios, incluida la radio, que se ha visto obligada a revisar sus procesos de producción, distribución y generación de ingresos (Pedrero-Esteban y García-Lastra, 2019).

Como resultado de estos cambios, se ha experimentado una transformación significativa en el sector radiofónico en los últimos años (Romero-Rodríguez y Rivera-Rogel, 2019), especialmente en el ámbito del audio, donde la radio ya no domina exclusivamente el mercado debido a la aparición del “*podcasting*”, los servicios de “*streaming*” musical y los audiolibros (Yaguana, 2018). Este cambio comenzó con la expansión de la señal hertziana a través de internet, se amplió con la popularidad de los formatos de audio a la carta y se ha expandido hacia nuevas formas de redacción y expresión multimedia impulsadas por los dispositivos digitales.

En esta evolución, no solo se han roto los modelos tradicionales de programación lineal y temporal de la radio, sino que también se ha modificado la esencia de su lenguaje, con la inclusión de elementos visuales como imágenes o videos, que antes eran impensables en la era analógica del medio (Kischinhevsky, 2017).

2.2 ¿Qué es un podcast?

Según Félix Riaño (2021), el *podcast* “es un audio o vídeo que se graba y edita digitalmente, se descarga automáticamente y de forma periódica por suscripción, donde el usuario tiene pleno control para elegir los detalles de la escucha o visualización”. Según Parlatore (2020), la palabra "podcast" proviene de la combinación de las siglas en inglés POD (Public On Demand) y "broadcast" (transmisión), lo que significa transmisión a demanda del público. De acuerdo a los autores Ramos y Caurcel (2011), un podcast no se trata de un archivo en solitario, sino de una sucesión de ediciones que se actualiza de forma continua; a diferencia de un “episodio” que resulta ser un elemento que conforma un podcast. Esto coincide con el concepto señalado en la investigación de Solano y Sánchez (2010), en la cual se define al podcast como “una grabación digital de un programa de radio o cualquier formato de audio” al que se tiene libre acceso en Internet y que permite descargarlo por cada usuario que tenga interés.

Los podcasts abarcan una amplia variedad de contenido, aunque suelen incluir conversaciones entre personas y música. Actualmente, existen más de un millón de podcasts activos, con más de 30 millones de episodios disponibles en más de 100 idiomas (Clarke, et al., 2021).

El término "*podcast*" fue contrastado de manera informal el 12 de febrero de 2004 por el periodista Ben Hammersley en un artículo publicado en The Guardian titulado "La revolución audible", según señala Izuzquiza (2019).

2.3 Podcasting

El término "*podcasting*" se define como el proceso de distribuir podcasts a través de internet, que implica la creación de grabaciones de audio y su disponibilidad para el público en general en formatos que permiten su reproducción. Este método se emplea para difundir información actualizada de manera regular a los usuarios suscritos a la fuente de contenido (Alonso-Arroyo et al., 2015).

Según Moreno (2017) la teoría, la digitalización de contenidos en plataformas posibilita que los productos circulen a través de diversos dispositivos. Se destaca la naturaleza asincrónica del "*podcasting*", que permite a los usuarios suscribirse para consumir emisiones futuras.

Además, Tenorio (2009) señala que el "*podcasting*" puede entenderse como un "compromiso no escrito" entre el productor y los oyentes, donde el productor se compromete a generar varias emisiones y el público se compromete a escuchar los episodios.

El "*podcasting*" presenta diversas ventajas, como su bajo costo tanto en producción como en difusión. Solo se requiere un ordenador y un micrófono, aunque existen numerosos dispositivos de almacenamiento que permiten la grabación de voz. Además, es más ligero para la difusión en la red en comparación con el video. También ofrece una amplia gama de usos y es un medio multidireccional, lo que significa que los usuarios pueden acceder a él mientras realizan otras actividades a través de reproductores de audio con auriculares. Dado que es una herramienta basada en internet, el acceso es inmediato (Pérez de Pedro, 2010).

2.4 Podcast educativo

La "*educación*" se centra en el estudio de los fenómenos que surgen de la interacción entre la comunicación y la educación. Su objetivo va más allá de simplemente educar a través

de los medios de comunicación, ya que busca promover una educación que incluya la gestión de la información, la tecnología relacionada con internet y los medios de comunicación masivos (Aguaded, 2012). En un entorno marcado por la integración de las nuevas tecnologías de la comunicación en el ámbito educativo, los podcasts destacan como una de las herramientas de la Web 2.0 que se han adaptado de manera excelente a los entornos educativos (Celaya et al., 2020).

Según Zepeda y Reynoso (2017), el *podcasting* educativo representa una novedosa herramienta que implica la creación de un archivo de audio alojado en diversas plataformas digitales, enfocado en proporcionar información sobre temas educativos. La planificación previa de este material didáctico es fundamental, y tanto docentes como estudiantes pueden encargarse de su diseño y grabación.

En el ámbito de la enseñanza, el uso de archivos de audio adaptados a niveles educativos específicos puede resultar en una mejora del aprendizaje de conceptos complejos, siempre y cuando se tenga en cuenta, durante la elaboración del podcast, el nivel de conocimiento del público al que está dirigido (Infante, 2020). De este modo, *el podcasting* educativo se presenta como una herramienta flexible que promueve el aprendizaje autónomo del estudiantado al que va dirigido. Así los podcasts educativos no solo son una herramienta para que los docentes transmitan contenidos a los alumnos, sino que también puede ser una actividad llevada a cabo por los propios estudiantes (Zepeda y Reynoso, 2017).

Saborío (2018) explica que el *podcast* educomunicativo se puede considerar una herramienta de comunicación que es posible utilizar para difundir y divulgar material auditivo. También, señala algunos de sus beneficios como: ayudar a llamar la atención del usuario, personalizar el modo de instrucción o promover mayor participación de la audiencia.

2.5 Canales de distribución de un podcast

El crecimiento de la popularidad de los podcasts en todo el mundo se atribuye en gran medida a la accesibilidad y facilidad de consumo de este formato auditivo. Para escuchar podcasts, los usuarios pueden elegir entre una variedad de canales de distribución, siendo los más populares " Spotify, Google Podcasts, iVoox, iTunes o Apple Podcasts", entre otros (Parlatore et al., 2020). Así mismo, el consumo de podcasts se ha extendido a todos los dispositivos móviles y se ha generalizado entre los usuarios, especialmente entre los jóvenes, que suelen escuchar noticias mientras realizan otras actividades o rutinas, en lo que se conoce como consumo "on-the-go" (Dimmick et al., 2011; Fletcher y Nielsen, 2017; Serrano-Puche, 2017; Bergström y Jervelycke Belfrage, 2018).

La producción de un podcast no conlleva muchas dificultades, según señalan Laaser et al. (2010). Estos formatos activan canales específicos para ser percibidos e imponen un cierto ritmo debido a la oferta continua de contenido, ya sea por suscripción o mediante la notificación de nuevos episodios. Esto genera un vínculo emocional entre el "podcaster" y el oyente, creando una relación de beneficio, empatía y entendimiento (Terol et al., 2021).

Particularmente, los *podcasts* de noticias o contenido informativo están ganando interés entre las empresas periodísticas, ya que la escucha bajo demanda y no lineal de audio en los automóviles está en aumento, desafiando el monopolio tradicional de la radio en este ámbito, como señala Newman (2019). Aunque el hogar sigue siendo el lugar de consumo predominante (58%), seguido por el transporte público (24%) y el transporte privado (20%).

La creciente popularidad del "*podcasting*" es el resultado de aumento en la utilización de reproductores de música multimedia y al uso de computadoras. Como resultado de esta combinación, la creación y distribución de podcasts a través de la red se ha vuelto más fácil (Saborío, 2018).

2.6 Éxito y rentabilidad del podcast

El éxito del *podcast* se atribuye, en parte, a sus procesos de producción y distribución simples, rápidos y descentralizados (Laaser et al., 2010). Ha motivado a equipos talentosos y altamente comprometidos, receptivos a las contribuciones de la audiencia y dispuestos a asumir riesgos al explorar nuevas ideas. Igualmente indaga temas que van desde cuestiones de actualidad inmediata hasta aspectos más perdurables en el tiempo, e incluso se aventura en la creación de contenido ficticio, lo que ha resultado en un triunfo significativo. Además, reaviva la importancia del sonido y la creatividad sonora en un contexto saturado de ruido. Su facilidad para compartir en redes sociales, su capacidad de consumo simultáneo con otras actividades, al igual que la radio tradicional, así como su enfoque directo, sencillo y especialmente atractivo para la audiencia joven, estimulan la creación de contenido de audio de mayor calidad (Martínez-Costa et al., 2019).

Por otro lado, la explosión del *podcast*, respaldada por el avance de la conectividad tanto fija como móvil, la expansión de dispositivos y la consolidación de servicios digitales de distribución audiovisual a pedido, ha aumentado su atractivo como base para el diseño y desarrollo de ofertas basadas en este formato, en respuesta al crecimiento progresivo de su demanda (Pedrero, 2021).

Al igual que otros sectores de la industria digital, el *podcast* sigue en búsqueda de un modelo de ingresos que garantice su rentabilidad. Aunque las barreras de entrada son bajas, ya que la grabación y distribución de audios con una calidad aceptable no requiere grandes inversiones (Izuzquiza, 2019).

Aunque los ingresos por publicidad en los podcasts aún son modestos en comparación con los de la radio, con solo 0,5 peniques generados por hora por anuncios de radio en el Reino Unido en 2017 frente a 2,8 peniques por hora, se prevé que el "*podcasting*" alcance los 2000 millones de dólares en ingresos para 2023, combinando diversas modalidades de monetización, como publicidad, suscripciones, ventas de entradas para eventos en vivo, "*merchandising*" de podcasts populares, marketing de contenidos, patrocinios y donaciones a través de crowdfunding (Terol, 2021).

2.6.1 Referentes de podcasts deportivos exitosos

Para la producción de un podcast con enfoque deportivo, este trabajo ha tomado como referentes los siguientes programas de podcast ya que, gracias a sus características, se han convertido en buenos ejemplos a seguir, según el ranking de la página web Chartable:

Tabla 1

Podcasts deportivos según el ranking de Chartable 2023.

Podcast	Calificación estrellas	Spotify	5	Primer Programa	Total de programas
1. <u>Fútbol Picante</u>	4,6			Mar 2022	100

2. <u>El Podcast de Padilla</u>	5,0	Sep 2021	156
3. <u>Quique Garay</u>	4,0	Sep 2021	130
4. <u>Doble o Nada</u>	5,0	Sep 2020	80
5. <u>Me quiero volver Chango</u>	4,9	Jun 2020	110
6. <u>Muy fuera de lugar con werevertumorrow</u>	4,6	Jun 2021	75
7. <u>Money line show</u>	4,9	Jul 2021	
8. <u>Biblioteca Futvox</u>	4,9	Jul 2021	295
9. <u>Colateral Podcast deportivo</u>	5,0	Dic 2022	23
10. <u>Final Lap</u>	4,9	Jul 2022	21

Por interés personal del investigador, también se hace mención a un programa deportivo con las siguientes características:

Libres de Humo: Se trata de un podcast argentino de entrevistas dirigido por el periodista Martín Reich y el futbolista profesional de la selección argentina, Alejandro “Papu” Gómez. Ambos definen su programa como una "charla entre tres", ya que cuentan con invitados en cada episodio con quienes discuten una variedad de temas, tanto relacionados con sus carreras profesionales como aspectos más personales. Hasta la fecha de 2021, el podcast ha obtenido una calificación de 4.8 en Spotify y ha producido 142 programas.

2.7 Producción de un podcast

De acuerdo al trabajo de Saborío (2018), la creación de un *podcast* se lleva a cabo en dos etapas que tienen que ver con la planificación y producción.

Se sugiere revisar a detalle los contenidos o recursos que se van a usar, como textos, efectos de sonido, música o la voz para locución; además, se debe considerar la necesidad de micrófonos y el software requerido para generar el contenido (Saborío, 2018). Otra recomendación es la elaboración de un guion en donde se muestre en orden los elementos del producto a producir. Esto coincide con lo expuesto por otros autores que sostienen la importancia del guion ya que este indica la estructura para desarrollar el *podcast* (Solano y Sánchez, 2010).

Molano (2023) destaca algunas características que se deben considerar para generar un *podcast*; por ejemplo: el uso de entrevistas, cortinas musicales y la variación en la locución para dar ritmo al contenido. Incluso se señala la posibilidad de utilizar el lenguaje coloquial personal del narrador o productor. También resaltan que la narración podría construirse con frases sencillas para comunicar el mensaje principal desde un inicio.

Según Belvis (2020) existen 5 pasos para la producción de un *podcast*, mismos que se enlistan a continuación:

1. Mensaje
2. Grabación
3. Edición
4. Publicación
5. Distribución

2.8 Historia del deporte en el Azuay

Según el libro del GAD Municipal del Cantón Cuenca y Federación Deportiva del Azuay (2008), el deporte y la Federación Deportiva del Azuay (FDA) tienen sus raíces en el fútbol. El balompié se había convertido, a inicios del siglo XX, en una corriente que seducía y atrapaba a los cuencanos. Cuando el fútbol empezó a popularizarse a gran escala, fue Manuel Seminario el gran motivador para la creación de dicha institución en noviembre de 1924.

Con el paso del tiempo, los dirigentes de la FDA crecieron en experiencias y empezaron a dejar huellas importantes. Se dan hechos significativos como la realización del V campeonato nacional de fútbol en 1945. Por qué se hace atractivo en este momento de la historia es porque se da la construcción e inauguración del estadio municipal Alejandro Serrano Aguilar. Esta obra incentiva no solo al fútbol, sino al deporte en general. (Cañizares Aguilar 2004)

Se organizaron eventos de mayor relevancia dentro de la ciudad en donde destacan los V juegos nacionales en noviembre de 1979, los juegos Bolivarianos en 1985 y seguido por las denominadas “décadas del boom” deportivo del Azuay.

Las décadas gloriosas de los años ochenta y noventa, conocidas como el "boom del deporte azuayo" según el historiador deportivo Ernesto Cañizares Aguilar (2004), fueron testigos de numerosos triunfos destacados. Entre ellos, mencionamos a Rolando Vera, quien conquistó cuatro San Silvestre; a Mario Pons, con dos campeonatos panamericanos; a Adriana Martínez, que estableció un récord sudamericano en vallas; a Paúl Marggraff, ganador de una medalla de oro panamericana; a Genaro Palacios, acumulando victorias; a Miriam Ramón, con incontables triunfos; a John Jarrín, quien obtuvo una medalla bolivariana, acompañado por una serie de ciclistas destacados, así como a Betty Guamancela y su bronce panamericano.

Según Ochoa (2020), este período también se destaca por la presencia internacional de Cuenca, al albergar eventos de gran importancia como los Juegos Bolivarianos de 1985, los Sudamericanos de 1998, ser subsede de la Copa América de 1993 y el Mundial Sub-17 de Fútbol de 1995, además de numerosos campeonatos en diversas disciplinas.

El hito más significativo de estas décadas, y en la historia del deporte azuayo en general, ocurrió en 1996 durante los Juegos Olímpicos del Centenario, cuando el joven cuencano Jefferson Pérez obtuvo de manera sorpresiva la medalla de oro olímpica en la especialidad de marcha, en Atlanta.

2.8.1 Principales Logros en el deporte azuayo: el pódium

Tras los inéditos y hasta ahora inigualados éxitos olímpicos del marchista Jefferson Pérez, la tendencia resultadista de la provincia se ha mantenido a la fecha, a pesar de la diferencia, en cuanto a asignaciones recibidas para fomento deportivo, lo que reafirma desde esa área el estatus del Azuay de “Capital Deportiva del Ecuador” (Cañizares Aguilar, 2015).

Y es que tras la huella del gran “Jeff”, existen incontables deportistas de la provincia que han paseado esta estirpe de campeones por varias partes del mundo, siendo más notoria esta influencia positiva en las delegaciones ecuatorianas en los eventos de ciclo olímpico.

Desde ese entonces existen casos de deportistas azuayos que han representado al país y a la provincia dentro de competencias internacionales y se han puesto en lo más alto del pódium. Podemos mencionar deportistas como: Byron Piedra: que tiene como logros la participación en 4 juegos olímpicos, varias medallas en sudamericanos, bolivarianos y panamericanos.

- Rolando Saquipay: 4 participaciones en juegos olímpicos, varias medallas en suramericanos, bolivarianos y panamericanos.
- Andrés Chocho: 3 participaciones en juegos olímpicos, medallas en suramericanos, bolivarianos y panamericanos.
- Elizabeth Bravo: 3 juegos olímpicos, varias medallas en suramericanos, bolivarianos y panamericanos.
- Carmen Malo, en la pistola deportiva consiguió 2 participaciones en juegos olímpicos y medalla en sudamericano.
- Esteban e Iván Enderica en la Natación, 3 participaciones en juegos olímpicos, varias medallas en suramericanos, bolivarianos y panamericanos.

- Alfredo Campo: 2 participaciones en juegos olímpicos y 1 diploma olímpico en BMX en Tokio 2021, medallas en sudamericano, panamericano y bolivarianos. Campeón Mundial Junior.
- Doménica Azuero: 1 participación olímpica y varias medallas panamericanas, sudamericanas y bolivarianas.

De acuerdo a información compartida por Diario El Mercurio (2021), Azuay fue la provincia que mayor número de deportistas (8) aportó a la delegación ecuatoriana para los últimos juegos olímpicos de Tokio 2021.

Cabe recalcar que la provincia siempre está y ha estado abierta a promover todos los deportes, incluyendo disciplinas que no constan en la parrilla olímpica, como es el caso del motociclismo, automovilismo, karate, baile deporte, bolos, entre otros, donde hay también una larga lista de éxitos (Ochoa 2020).

2.8.2 Fútbol en el Azuay

La Asociación de Fútbol Profesional del Azuay constituye una subdivisión de la Federación Deportiva del Azuay en Ecuador, operando desde el 5 de agosto de 1975 como la entidad encargada de gestionar los equipos de fútbol en la Provincia del Azuay. Identificada por sus siglas AFA, esta agrupación está vinculada a la Federación Ecuatoriana de Fútbol. Los clubes afiliados en la primera división son el Deportivo Cuenca y el Gualaceo Sporting Club (Cañizares Aguilar, 2015).

El Club Deportivo Cuenca fue fundado el 4 de marzo de 1971, gracias a la iniciativa del doctor Alejandro Serrano Aguilar, quien, en su rol como alcalde de la ciudad de Cuenca, propuso la idea, recibiendo una respuesta muy positiva por parte de la comunidad. Desde sus inicios, el equipo generó un gran impacto, alterando la vida de los cuencanos, quienes, orgullosos de los logros del equipo, se levantaban temprano los domingos para presenciar las actuaciones de sus ídolos en el terreno de juego. Con la creación del equipo, el estadio municipal “El Ejido” cambió su nombre a Estadio Alejandro Serrano Aguilar, como un justo reconocimiento al alcalde y primer presidente del club.

Debido a su condición como el equipo más emblemático de Cuenca y el sur del país, el equipo es apodado como los "Morlacos" y "Expreso Austral". Además, recibe los sobrenombres de "Camisetas Coloradas" y "El Rojo" debido al distintivo color de su uniforme, que refleja los colores de la bandera de Cuenca. El mayor logro deportivo del club es su título en el Campeonato Ecuatoriano de Fútbol en el año 2004. También ha sido subcampeón en cinco ocasiones y ha obtenido varios títulos en las divisiones inferiores. Falta mencionar que ha sido participe de varios torneos internacionales como la copa libertadores de américa y la copa sudamericana (Ochoa, 2020).

En ese primer equipo jugaban 3 cuencanos: Guillermo Jaramillo, Gonzalo Coronel y Jorge "Caldo de huevos" Arévalo. Iván "Clavo" Caicedo y Vicente "Araña" Martínez se quedaron a vivir en la capital azuaya. No han sido muchos, pero sí brillantes, los cuencanos que han brillado en el equipo de su ciudad: José "Chacha" Merchán, fue transferido al Barcelona; Hugo Barrera, de los del inicio jugó hasta los 80; Jorge "Pipo" Vélez, estuvo en los subcampeonatos 75-76 y las Libertadores ; Washington Orellana, capitán en el 93; Pablo Marín, le anuló a Maradona; Hans Ortega, se fue a la LDU y al fútbol venezolano; Edgar Domínguez, estuvo en El Nacional, también vistió la tricolor; Pablo Arévalo, en el equipo campeón nacional del 2004 y en mil batallas (Cañizares Aguilar, 2004).

A pesar de no estar viviendo su mejor momento deportivo en la actualidad el club, cuenta con la presencia de 4 cuencanos natos dentro del plantel.

Gualaceo Sporting Club es un equipo deportivo de Ecuador que tiene su origen en la ciudad de Gualaceo. Fue establecido el 2 de abril de 2000 bajo el nombre inicial de "Gualaceños de Corazón", luciendo un uniforme principal de color azul. Más adelante, para fortalecer su identidad, el club adoptó el nombre actual, vinculándose con los colores de la bandera del Jardín Azuayo. En la actualidad, el club es parte de la Serie A de Ecuador.

El logro más significativo en la historia del "Super Guala" a nivel institucional es la obtención del ascenso para participar en el campeonato de la Serie "B" en 2015. Este hito se materializó

el 12 de diciembre de 2014, tras la victoria alcanzada en Pelileo contra un equipo homónimo, con un marcador de 3-2. Además de asegurar el ascenso, el equipo se consagró como campeón de la segunda categoría en la temporada 2014.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este producto artístico se plantearon las siguientes preguntas de investigación y objetivos:

3.1 Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles son las estrategias para una efectiva difusión de un podcast deportivo dentro del mercado azuayo?
2. ¿Cuáles son las necesidades de difusión y promoción que tiene el mundo del deporte azuayo?
3. ¿Qué tipo de contenido se adecúa mejor para la producción de un podcast deportivo?

3.2 Objetivo general

Producir un podcast de contenido deportivo para la difusión y promoción del deporte en la provincia del Azuay.

3.3 Objetivos específicos

1. Definir las estrategias para la producción de un podcast con enfoque deportivo.
2. Producir una serie de podcast para el entretenimiento, información y análisis sobre temas deportivos con énfasis en la historia y logros del deporte azuayo.
3. Validar el contenido producido y promocionarlo en el mercado azuayo.

El producto artístico se desarrolló en dos etapas: Investigación y Producción

3.4 Investigación

En la primera fase del proyecto, llevamos a cabo una exhaustiva investigación que abarcó tanto la producción de podcasts como el panorama deportivo en la región azuaya y de la región. Este proceso de investigación se nutrió de diversas fuentes, tales como libros especializados, material audiovisual relevante, portales web especializados, noticias y otros podcasts destacados. La información recopilada en esta etapa se convirtió en el cimiento

sobre el cual construimos los guiones específicos para cada uno de los capítulos de nuestro podcast.

Para asegurar la calidad de nuestro contenido, llevamos a cabo entrevistas con destacados periodistas deportivos y atletas de la provincia. Entre los entrevistados se encuentran figuras como Guifor Trujillo, Carolina Tamariz, Pablo José Mora, Iván Escudero, Alfredo Campo y Hamilton Piedra (ver ANEXO 1). Estas conversaciones proporcionaron valiosas perspectivas y anécdotas que no solo contribuyeron a la autenticidad del contenido, sino que también añadieron un nivel de historia y relevancia que estamos seguros resonará de manera significativa con nuestra audiencia.

3.5 Producción

La fase de producción constó de 3 etapas: Preproducción, Producción y Postproducción.

3.5.1 Preproducción

En la etapa de preproducción, constó de algunos pasos importantes, como la creación de marca, de identidad visual y estrategias de comunicación. En esta etapa se planeó quienes serán los invitados y un borrador de la división de los capítulos.

3.5.1.1 Creación de Marca

El nombre cuidadosamente seleccionado para nuestro producto artístico, "Deportes con la RR: el podcast del deporte azuayo", surge de la fusión de dos elementos fundamentales. En primer lugar, se encuentra la esencia misma del podcast, que gira en torno al mundo del deporte, este, alineado con un rasgo distintivo de los azuayos: su uso particular y marcado de la "RR" al hablar, componen la producción de audio que se expone. Esta combinación busca no solo reflejar la pasión por el deporte, sino también conectar de manera auténtica con la identidad lingüística local, añadiendo un toque único y distintivo a nuestro podcast.

3.5.1.2 Identidad Visual

En la construcción de la identidad visual de nuestro proyecto, se han tomado decisiones estratégicas para garantizar que la marca transmita de manera efectiva sus valores y temáticas. En cuanto a los colores, se optó por el rojo como color principal, una elección simbólica que representa la intensidad del deporte y la fuerza, además de ser un homenaje a la bandera del Azuay. Como color secundario, se incorporó el blanco, con el objetivo de equilibrar la paleta y evitar saturar la imagen, buscando una estética limpia, fresca y atractiva.

La elección de elementos gráficos también fue un proceso meticuloso. Se incorporó un personaje con un micrófono en el diseño del logo, simbolizando de manera clara la naturaleza del podcast y añadiendo un componente humano y dinámico a la identidad visual. Este personaje se presenta como un conductor de podcast, reforzando la idea de que nuestro programa es conducido por expertos apasionados que guían a la audiencia a través del fascinante mundo del deporte azuayo. En conjunto, estos elementos visuales buscan capturar la esencia del proyecto de manera atractiva y memorable, creando una identidad única y reconocible para "Deportes con la RR".



Ilustración 1 - Propuesta logo 1



Ilustración 2 - Propuesta logo 2



Ilustración 3 - Logo elegido

3.5.1.3 Estrategia de Comunicación

La definición de nuestra estrategia de comunicación ha sido una parte fundamental para asegurar el éxito y la visibilidad de "Deportes con la RR". En este sentido, hemos optado por concentrar el 100% de nuestros esfuerzos en fortalecer el ecosistema digital de la marca. La clave de esta estrategia radica en la implementación de un sólido plan de marketing de contenido, especialmente orientado a plataformas populares como Instagram y TikTok. La idea principal es generar contenido atractivo y relevante que no solo capte la atención de nuestro público objetivo, sino que también dirija de manera orgánica el tráfico hacia el canal de Spotify donde reside nuestro valioso podcast. Esta estrategia no solo se centra en la creación de una audiencia comprometida, sino que también aprovecha las dinámicas propias de estas plataformas para potenciar la presencia y alcance de "Deportes con la RR".

3.5.1.4 Guión

Los guiones fueron elaborados específicamente para cada uno de los capítulos, con un orden de entrada con la introducción, la voz en off del presentador, entrevista al primer invitado, voz en off, segundo invitado y cierre del programa en voz en off. (VER GUIONES EN ANEXO 1)

3.5.2 Producción

Para garantizar la consistencia y calidad en nuestro contenido, se ha diseñado una agenda de producción. Esta agenda no solo actúa como un marco temporal, sino que también funciona como una herramienta que nos ha permitido desarrollar las entrevistas necesarias de manera ordenada y alineada con los temas planteados para cada uno de los invitados. La planificación cuidadosa de nuestras grabaciones ha facilitado no solo la eficiencia en la producción, sino también la coherencia temática a lo largo de nuestra programación. Este enfoque organizado nos ha permitido abordar cada entrevista con la profundidad y atención necesarias, asegurando así un contenido rico y variado para nuestros oyentes.

Nombre	Cargo	Fecha	Formato
Guifor Trujillo	Periodista Deportivo	17 de Noviembre	Presencial
Iván Escudero	Deportista elite	21 de Noviembre	Presencial
Carolina Tamariz	Periodista Deportivo	7 de Diciembre	Presencial
Domenica Azuero	Deportista Olímpico	21 de Diciembre	Presencial
Pablo José Mora	Periodista Deportivo	24 de Enero	Presencial
Mateo Piedra	Deportista Elite	31 de enero	Presencial

Todas las entrevistas presenciales se produjeron en la cabina de Radio UDA, Radio Universitaria de la Universidad del Azuay con la colaboración de Mateo Quito en la dirección de controles.

3.5.3 Postproducción

Una vez completada la fase de generación de contenido, llevamos a cabo un proceso de edición y musicalización utilizando la plataforma Adobe Audition. Esta fase desempeña un papel crucial en la producción final del podcast, ya que nos permite pulir y perfeccionar cada episodio para cumplir con los estándares más elevados de calidad y producción.

Es importante señalar que, en algunos casos, se llevó a cabo una regrabación de ciertos segmentos de contenido. Esta medida fue implementada de manera estratégica con el objetivo de asegurar que cada episodio cumpliera con los más altos estándares de calidad que nos habíamos propuesto. La búsqueda constante de la excelencia en la producción fue un elemento fundamental en este proceso, y la regrabación se consideró esencial para garantizar la coherencia y el impacto deseado en el producto final.

Una vez que el contenido fue meticulosamente editado y perfeccionado, procedimos a su publicación en la plataforma de Spotify, específicamente en el canal oficial de "Deportes con la RR". Este paso marca la culminación de un arduo trabajo, presentando el fruto de nuestra dedicación y compromiso con la entrega de un podcast de calidad. La plataforma de Spotify sirve como el espacio oficial donde nuestra audiencia puede acceder y disfrutar de manera fácil y directa de cada episodio, consolidando así nuestra presencia en el mundo digital y facilitando la interacción con nuestros seguidores.

CAPÍTULO 4: RESULTADOS

El producto final de este trabajo de titulación se lo puede encontrar en la plataforma de *Spotify*:

Tabla 1

Link de acceso a “Deportes con la RR”

Spotify	https://podcasters.spotify.com/pod/show/juan-bernardo-rios/episodes/La-historia-del-deporte-Azuayo-e2gfp8m
---------	---

Por otra parte, para validar el producto final de este trabajo de titulación, se llevaron a cabo tres grupos focales compuestos por un total de 24 participantes, incluyendo tanto hombres como mujeres. El primer grupo abarca personas de edades comprendidas entre los 16 y los 20 años; seguido por el grupo de individuos de 20 a 24 años; y finalmente el grupo de participantes de 24 a 28 años. En los siguientes gráficos se realizó una explicación para una mejor comprensión de los resultados.

Gráfico 1

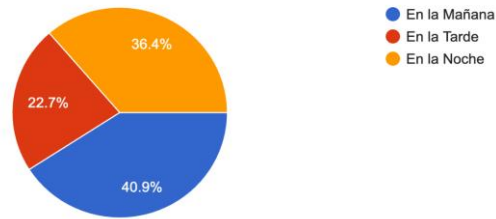
¿Con qué frecuencia escucha podcast a la semana?



Gráfico 2

¿En qué momento del día escuchan podcast?

¿En qué momento del día escuchan podcast?
22 responses

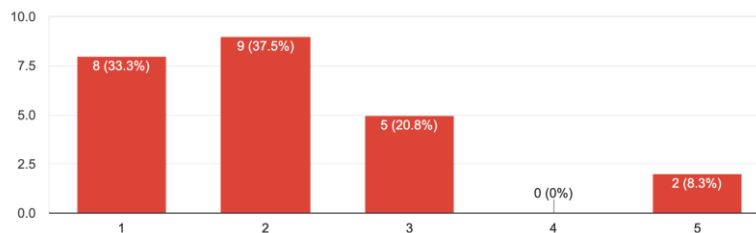


En la observación de los datos brindados por *gráfico 1* y el *gráfico 2*, podemos observar que más de la mitad de los encuestados (68.2%) escuchan *podcast* 1 vez por semana. También se puede observar una muy pequeña diferencia entre los que escuchan *podcast* 3 o más veces por semana a los que escuchan 2 veces por semanas de un (4,6%). El momento preferido del día para escucharlo es por la mañana (40.9%) o por la noche (36.4%) y en la tarde tan solo escuchan un 22.7% de los encuestados.

Gráfico 3

¿Qué tanto conoce sobre el deporte azuayo?

¿Qué tanto conoce sobre el deporte azuayo? Siendo 1 nada conocedor y 5 experto
24 responses



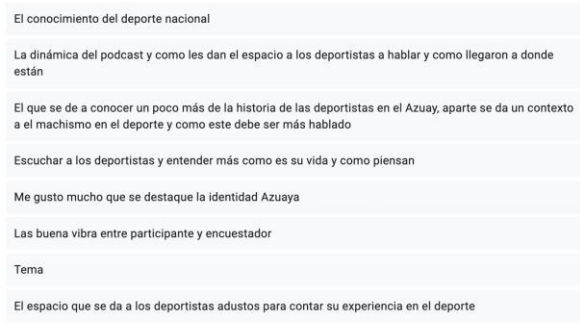
Los datos recopilados en el gráfico 3 expresan que 8 de los 24 encuestados se consideran nada conocedores del deporte de la provincia (33,3%); 9 consideran que son poco conocedores (37.5%) y 5 que son medio conocedores (20,8%). Mientras que ningún encuestado considera que es conocedor del deporte azuayo 0% y tan solo dos se consideran expertos y conocedores del deporte de la provincia.

Gráfico 4

¿Qué es lo que más le gustó?

Después de haber escuchado el podcast: ¿Qué es lo que más le gustó ?

24 responses



Lo que podemos observar en el gráfico 4 son algunas de las respuestas de lo que más les gusto a los entrevistados acerca del podcast. Entre las más destacadas se encuentran que el tema resultó atractivo para los encuestados, la química entre el entrevistador y los participantes fue adecuada y destaca la identidad azuaya dando a conocer la historia de los deportistas en el Azuay y su contexto.

Gráfico 5

¿Qué es lo que menos le gustó?

Después de haber escuchado el podcast: ¿Qué es lo que menos le gustó ?

24 responses



En relación a las opiniones menos favorables sobre el podcast (gráfico 5, pregunta ¿qué es lo que menos te gustó sobre el podcast?), los encuestados destacaron la excesiva duración de las entrevistas, el cambio abrupto entre historias de dopaje y preguntas rápidas, muchos invitados por capítulo y la falta de una dirección clara en el desarrollo de las mismas. Sin embargo, algunos participantes señalaron la ausencia de aspectos negativos y expresaron una percepción general positiva sobre el contenido del podcast.

Gráfico 6

¿Qué es lo que más recuerda?



Después de escuchar el podcast, a los participantes se les preguntó qué es lo que más se les quedó grabado en la mente. Por lo tanto, en el gráfico 6 (de la pregunta '¿Qué es lo que más recuerdan?'), los encuestados mencionaron las preguntas rápidas, los podios destacados de los deportistas azuayos, el fomento de una vida sana para los niños a través del deporte y la trayectoria de los deportistas azuayos hasta alcanzar sus logros.

Gráfico 7

¿Qué recomendaría para mejorar la experiencia de la audiencia?

¿Qué recomendaría para mejorar la experiencia de la audiencia?

23 respuestas

Hacer mas corto
Más preguntas rápidas
Que los escuchen con poco de antecedentes sobre el deporte azuayo
Datos y estadísticas.
Más juegos interactivos
Más dinámicas
Temas más abierto de no tanto conocimiento para el podcast al inicio del mismo
Un mejor contexto de lo que será hablado
Un anexo al podcast con fotos de las temáticas de este

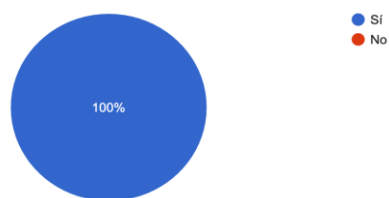
En el gráfico 7, que trata sobre las recomendaciones que los encuestados harían para el podcast, se observa una variedad de respuestas. Entre las recomendaciones que más resaltan se encuentran: hacer más dinámicas, abordar temas más amplios, reducir el número de invitados por capítulo, incluir datos y estadísticas relevantes, explorar los antecedentes del deporte azuayo y tomar en consideración deportes con menos visibilidad en la provincia.

Gráfico 8

¿Cree que el podcast cumple con el objetivo de difundir y dar a conocer datos relevantes sobre el deporte azuayo?

¿Cree que el podcast cumple con su objetivo de difundir y dar a conocer datos relevantes sobre el deporte azuayo?

24 respuestas



En el gráfico 8 podemos observar que los encuestados creen que si se cumple el objetivo de votaron que sí (100%)

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A lo largo de este trabajo de graduación, se ha podido experimentar y reflexionar sobre el papel del podcast como una herramienta invaluable para la difusión del deporte azuayo. Este tema no solo está ganando relevancia, sino que también muestra un potencial considerable para crecer y fortalecerse en el futuro del profesional de la comunicación.

Debido a que actualmente la tendencia predominante no se limita únicamente al contenido auditivo, sino que también abarca el contenido audiovisual, se optaría el uso de nuevos formatos para proyectos a futuro, como lo son las diversas formas de *streaming* y nuevas tendencias y aplicaciones que se encuentran en *boga*.

Al analizar este trabajo, se pudo observar una serie de deficiencias significativas durante la investigación, dado que la información presentada en internet fue escasa y carece por completo de detalles relacionados con el ámbito deportivo del Azuay. Además, gran parte de los datos incluidos están desactualizados, lo que compromete la relevancia y la precisión de la investigación. La falta de información disponible es evidente, ya que se evidenció que solo una persona tiene acceso a un conjunto completo de datos que abarcan hasta el año 2010 en relación con la Federación del Azuay, donde no se recibe la ayuda adecuada para la investigación apropiada y continua del podcast. En el lado positivo, esto demuestra una nueva rama de periodismo deportivo azuayo donde este podcast puede llegar a ser pionero y representar distintas formas de investigar el deporte de la provincia.

Por otra parte, coordinar entrevistas y sincronizarse con diversas personas puede resultar todo un desafío debido a factores externos. Durante el proceso de investigación, he sentido que contamos con el apoyo necesario por parte de los entrevistados y encuestados, lo cual ha sido fundamental para enriquecer este estudio.

Por otro lado, realizar sondeos es una experiencia sin complicaciones, llena de diversión y creatividad. Durante este periodo artístico, las horas que se invierten en edición pueden llegar a ser tediosas y algo abrumadoras, donde se observa la hora de entrega cada vez más cercana y el estrés empieza a tomar los pensamientos claros.

Al revisar los podcasts referentes, nos encontramos con aquellos que no cuentan con intro ni *outro*, además de la falta de música de fondo, por lo que, para este proyecto de audio, se tomó en cuenta estos factores, y los mismos se encuentran en cada episodio del podcast. También se pudo notar como en la mayoría de modelos de podcast, existe solo la participación del presentador, generando un monólogo, más no una conversación fluida sobre el tema. Gracias a esto, se consideró el hecho que, al menos para un podcast deportivo, se necesita de la intervención indispensable de una segunda persona, ya que con esta se puede discutir, conversar y generar un intercambio de ideas; teniendo una segunda opinión, la cual, en este caso, viene de un profesional en el tema a tratar; permitiendo una interacción más interesante para los oyentes.

Gracias a este trabajo de titulación se logró despertar y avivar un interés latente en el deporte de la provincia, así demostrando la efectividad de un medio de comunicación moderno y contemporáneo, donde resalta la interacción con el público; mediante los comentarios; al igual que la instantaneidad con la que se transmite, permitiendo que llegue a diversos oyentes al mismo tiempo.

Además, este podcast, permite visibilidad y protagonismo a diferentes deportistas azuayos, con diversas disciplinas, las cuales no reciben el mismo reconocimiento que el fútbol. Esto abre las puertas a la educación acerca de diferentes categorías y deportes, y al mismo tiempo incentiva a generar hábitos de salud, disciplina y compañerismo.

Por otra parte, el cumplimiento de los objetivos establecidos se ha alcanzado conforme a lo esperado, lo cual se refleja en un estado de cumplimiento satisfactorio. Además, se ha logrado abordar parcialmente las preguntas de investigación planteadas, lo que ha permitido identificar los tipos de contenido más adecuados para la difusión del deporte en Azuay, así como evaluar las estrategias de comunicación implementadas. En este sentido, se han obtenido resultados positivos y se han recibido críticas constructivas que contribuyen al enriquecimiento y mejora continua de este trabajo.

A pesar de los resultados positivos en este trabajo de investigación, existen ciertas imperfecciones para mejorar a futuro. Una de ellas, y la más importante, la duración con los invitados a esta producción de audio. El poco tiempo que los mismos tienen para comunicar sus ideas en el podcast, lo que no permite profundizar el tema a tratar, y por lo tanto privar de información a los oyentes. Al incluir solamente un invitado por temática, en lugar de dos, se lograría aumentar y mejorar el contenido educacional.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguaded, I. (2012). La educomunicación: una apuesta de mañana, necesaria para hoy. *Aularia: Revista Digital de Comunicación*, 1(2), 259-261. http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/6342/La_educomunicacion.pdf?sequence=2
- Arroyo, A. A., Molina, C. N., Gil, J. L., De Dios, F. J. G., & Benavent, R. A. (2015). *Comunicación científica (XXVIII). Nuevas formas de difusión de contenidos: streaming, webcasting y podcasting*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6014974>
- Belvis, M. (2020, 3 agosto). *Cómo hacer un podcast en 5 pasos* (capítulo 484). Recuperado 19 de julio de 2023, de <https://open.spotify.com/episode/6OtjsW8KgOfDw0r8O1hfBD>
- Bergström, A., & Jervelycke Belfrage, M. (2018). News in Social Media. Incidental consumption and the role of opinion leaders. *Digital Journalism*, 6(5), 583-598. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1423625>
- Cañizares Aguilar, E. (2015). *Hitos en la historia del deporte en el Azuay* (2.a ed.). Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Cañizares Aguilar, E. (2004). *Las décadas del boom*. Ilustre Municipalidad de Cuenca.
- Celaya, I., Ramírez-Montoya, M. S., Naval, C., & Arbués, E. (2020). Usos del podcast para fines educativos. Mapeo sistemático de la literatura en WoS y Scopus (2014-2019). *Revista Latina*, 77, 179-201. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2020-1454>
- Clarke, C., Shah, R., & Mughal, M. (2021). Podcasts in plastic surgery, why we should start listening. *Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery*, 74(7), 1633-1701. <https://doi.org/10.1016/j.bjps.2020.12.071>

- Dimmick, J., Feaster, J.C., & Hoplamazian, G.J. (2011). News in the interstices: The niches of mobile media in space and time. *New Media & Society*, 13(1), 23-39. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444810363452>
- Eguren Villar, A., Hurtado Inocencio, A., Israel Martínez, L., & Mimbbrero Gallardo, G. (2021). La creación de un podcast: “Hoy se Sale”<https://ddd.uab.cat/record/249138>
- Fletcher, R., & Nielsen, R.K. (2017). Are People Incidentally Exposed to News on social media? A Comparative Analysis. *New Media and Society*, 20 (7), 2450-2468. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444817724170>
- Francisco, I. F. (2020). *El podcasting como aprendizaje basado en proyectos en ciencias aplicadas a la actividad profesional*. <https://reunir.unir.net/handle/123456789/9838>
- Gad Municipal del Cantón Cuenca & Federación Deportiva del Azuay. (2008). *Grandes momentos del deporte azuayo 1924-2008* (1.ª ed., Vol. 1). Ilustre Municipalidad de Cuenca <https://acortar.link/EAYhGf>
- Izuzquiza, F. (2019). *El Gran Cuaderno de Podcasting: Cómo crear, difundir y monetizar tu podcast*. Kailas Editorial
- Kischinhevsky, M. (2017). *Radio y medios sociales. Mediaciones e interacciones radiofónicas digitales (Manuales nº 538)* (1.ª ed.). Editorial UOC, S.L.
- Laaser, W., Jaskilioff, S., & Rodríguez, L. (2010). Podcasting: ¿Un nuevo medio para la Educación a Distancia? *Revista de Educación a Distancia (RED)*, (23).
- Martínez-Costa Pérez, M. P. & Lus Gárate, E. (2019). El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital. *MIGUEL HERNÁNDEZ COMMUNICATION JOURNAL*, 10, 317-334. <https://doi.org/10.21134/mhcj.v10i0.314>
- Molano, J. (2023). Como hacer un podcast: estructura, pasos y ejemplos. *Hubspot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/como-hacer-un-podcast>

- Moreno, L. (2017). Podium podcast, cuando el podcasting tiene acento español. *Prisma Social*, (18), 334-364.
- Newman, N. (2019). Podcasts: Who, Why, What and Where? En Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. *Reuters Institute Digital News Report 2019*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, pp. 60-62. Disponible en <https://bit.ly/2KuXgKU>
- Newman, N. (2018a). Podcast and New Audio Strategies. En Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D., & Nielsen, R.K. *Reuters Institute Digital News Report 2018*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Disponible en <http://bit.ly/audiostrategies>
- Ochoa, D. (2020). Azuay capital deportiva del Ecuador. En *Federación Deportiva del Azuay*.
- Parlatore, B., Delménico, M., Beneitez, M. E., Clavellino, M. S., Di Marzio, M. A., & Gratti, A. L. (2020). El podcast y el desafío de repensar lo radiofónico. *Questión*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/104525>
- Pedrero-Esteban, L.M. y García-Lastra, J.M. (2019). (eds.) *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica*. Tirant <https://n9.cl/e1gjr>
- Pérez de Pedro, J. (2010). *Podcasting: tú tienes la palabra*. Bubok.
- Ramos, A., & Caurcel, M. J. (2011). Los podcasts como herramienta de enseñanza-aprendizaje en la universidad. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 15(1), 151-162.
- Riaño, F. (2021). *Todo sobre podcast*. <https://www.todosobrepodcast.com/>
- Rodgers, J. (2021, 12 mayo). *U.S. Podcast Ad Revenues Grew 19% YoY in 2020; set to exceed \$1B this year and \$2B by 2023*. IAB <https://acortar.link/1HsvZo>

- Romero-Rodriguez, L.M, Rivera-Rogel, D. (2019). “*La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y perspectivas*”. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7115958>. Pearson.
- Saborío, S. (2018). Podcasting: Una herramienta de comunicación en el entorno virtual. *Innovaciones educativas*, (29), 95-103.
- Salazar-Piña, V., Jarrin-Navas, S., Ávila-Mediavilla, C., & Heredia-León, D. (2020). Comparativo de resultados entre deportes colectivos e individuales en juegos nacionales la provincia del Azuay. *Polo del Conocimiento*, 5(11), 421-435. DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/pc.v5i11.1934>
- Serrano-Puche, J (2017). Metaanálisis del consumo digital en el ecosistema mediático contemporáneo: factores distintivos e implicaciones emocionales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(1), 75-85. DOI: <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.6>
- Solano, I., & Sanchez, M. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: El podcast educativo. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (36), 125-139.
- Spotify: Mexico: Sports Podcast Charts - Top Podcasts (Updated 2024-03-01)*. (s. f.). <https://chartable.com/charts/spotify/mexico-sports-recreation>
- Tenorio Santos, I. (2009). *Podcast: Manual de podcaster*. Marcombo.
- Terol, R., Pedrero, L., & Pérez, M. (2021). De la radio al audio a la carta: la gestión de las plataformas de podcasting en el mercado hispanohablante. *Historia y comunicación social*, 26(2), 475-485. <https://doi.org/10.5209/hics.77110>
- Yaguana, H. A. (2018). *El ecosistema radiofónico: de la radio tradicional a las pantallas*. Media XXI
- Winn, R. (2022). 2021 Podcast Stats & Facts (New Research From Apr 2021). Retrieved 13 October 2022 <https://www.podcastinsights.com/podcast-statistics/>

Zepeda, I.E., y Reynoso, A. (2017). Podcast: del massmedia al selfmedia. Eutopia, Revista del Colegio de Ciencias y Humanidades para el bachillerato <https://cefd.uv.es/index.php/anejos/article/download/1822/1330>

ANEXO 1

Autor: Juan Bernardo Rios

Título del Podcast: Deportes con la RR

Tipo de Podcast: Audio

Categoría: Formativo

Área: Deportes

PODCAST CAPÍTULO 1

GUIÓN TÉCNICO LITERARIO

Título del Podcast	Historia del Deporte Azuayo		
Fecha creación: 06/11/2023	Duración: 20-30 minutos	Nro. Capitulo: 1	Total Capítulos: 3
Observaciones			

Bloque	Texto	Duración	Comentarios
Intro del Podcast			
1	<p>¡Prepárate para vivir la pasión del deporte como nunca antes! Bienvenidos a Deportes con la R!</p> <p>Hola, Bienvenidos al primer capítulo de Deportes con la RR , soy Juanber Rios , su presentador y hoy hablaremos de la historia del deporte Azuayo con algunos invitados.</p> <p>Cual cree usted que es el acontecimiento deportivo que marco un antes y un despues en la historia de nuestra provincia.</p>	1 MINUTO	
Introducción			
2	LA HISTORIA A TRAVÉS DE LOGROS AZUAYOS.	3-4 MIN	
Contenido			
3	Participaciones del atletismo: LA PRIMERA MEDALLA OLIMPICA, JEFFERSON, EL MOMENTO EN EL QUE CAMBIA EL DEPORTE AZUAYO.	2-3 MIN	

4	PREGUNTAS DE ACUERDO AL HILO DE LA CONVERSACIÓN	2-3 MIN	
5	COMO CREE USTED QUE ESTOS LOGROS INFLUYERON EN LA SIGUIENTE GENERACION DE DEPORTISTAS.	1-2 MIN	
Cierre / Despedida PERIODISTA			
INTRO SEGMENTO DEPORTISTA			
6	Continuamos con nuestro siguiente invitado en deportes con la RR , les presento a Ivan Escudero, Pesista azuayo de 22 años que actualmente se prepara dentro del ciclo olimpico para Paris 2024. Gracias Ivan por acompañarnos.	1-2 MIN	
8	Preguntas Rápidas sobre deporte mundial en general.	24 S	Esto es un gancho para la audiencia, al final del capítulo daremos a conocer el resultado sobre cuantas preguntas pudo responder en 10-12S.
9	Hace un momento estuvimos conversando con Guiford Trujillo sobre los hitos deportivos de nuestra provincia... ¿Cuál fue el acotencimiento deportivo que te impulso o inspiro en convertirte en deportista elite ?	2-3 MIN	
10	PREGUNTAS DE ACUERDO AL HILO DE LA CONVERSACIÓN	5-6 MIN	
11	Durante tu trayectoria como te has sentido con relacion al trato/apoyo que recibes de las diferentes instituciones deportivas/ gubernamentales: MINISTERIO DEL DEPORTE/FEDERACION DEPORTIVA DEL AZUAY.	3-4 MIN	
12	Como harías tú para fomentar tu deporte y los deportes en general dentro de la provincia.	2-3 MIN	
13	RESULTADO DE LAS RESPUESTAS RÁPIDAS	10S	

PODCAST CAPÍTULO 2

GUIÓN TÉCNICO LITERARIO

Título del Podcast	Podio Azuayo		
Fecha creación: 10 /01/2024	Duración: 20-30 minutos	Nro. Capitulo: 2	Total Capítulos: 3
Observaciones			

Bloque	Texto	Duración	Comentarios
Intro del Podcast			
1	<p>¡Prepárate para vivir la pasión del deporte como nunca antes! Bienvenidos a Deportes con la RR!</p> <p>Hola hola hola estamos de vuelta para un segundo capitulo de deportes con la RR con Juan Bernardo Rios.</p> <p>En el programa de hoy el tema a tratar es el podio azuayo, Conversaremos con nuestras invitadas acerca de que deportistas destacan un poco mas sobre el resto según su opinion.</p>	1 MINUTO	

	<p>Esta vez el conseguir a las invitadas y la informacion no fue tan complicado como en el otro capitulo. Logramos conseguir a nuestra deportista durante las vacaciones navideñas para que nos de una entrevista y por supuesto a nuestra periodista le pedimos un momento de su ocupada agenda para que nos ayude con algunas declaraciones.</p>		
Introducción			
2	<p>Hay una lista interminable de deportistas por destacar han hecho carreras magnificas y han conseguido muchos logros dentro de su carrera pero hay quienes destacan un poco mas. Ahora voy a decir mi podio,</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Jefferson Perez que no tiene competencia porque es el más destacado 2.Alfredo Campo un diploma olímpico, que no es poca cosa. 3.Esteban Enderica, magnificas participaciones en las aguas abiertas 4.Elizabeth Bravo que no deja de sorprender con su increíble estamania en el triatlón 5.Veronica Sotomayor máxima figura en el raquetball cuencano. <p>En ese orden exactamente de importancia, ademas sabemos que azuay es muy fuerte en atletismo , en la natacion, taekando y otros. Vamos ahora a escuchar a nuestra deportista invitada quien nos cuenta como es vivir desde adentro los juegos olimpicos.</p>	3-4 MIN	
SEGMENTO DEPORTISTA			

3	Inicio de entrevista con Domenica Azuero Bueno escuchamos a Doménica, una trayectoria muy complicada se ha superado mucho, ha pasado por varios problemas, pero eso no quita y no se rinde por conseguir su máximo objetivo que estar presente en unos nuevos juegos olímpicos.	2-3 MIN	
4	PREGUNTAS DE ACUERDO AL HILO DE LA CONVERSACIÓN Precisamente Dome nos menciona de los juegos olímpicos de Tokio en 2022 donde no lo paso del todo bien, pero cabe recalcar que en esa participación de toda la delegación Ecuatoriana Azuay fue quien más deportistas apporto de entre todas las provincias. Eso nos indica que los deportistas Azuayos lo siguen haciendo muy bien y que seguimos teniendo generaciones con deportistas elite que representan bien dentro y fuera del país; pero lo conseguido por Jefferson no se ha podido igualar.	2-3 MIN	
5	Preguntas Rápidas sobre deporte mundial en general.	24S	Esto es un gancho para la audiencia, al final del capítulo daremos a conocer el resultado sobre cuantas preguntas pudo responder en 10-12S.
Cierre / Despedida DEPORTISTA			
SEGMENTO PERIODISTA			
6	Ahora escuchamos a nuestra segunda invitada Carolina tamariz	1-2 MIN	
7	PREGUNTAS DE ACUERDO AL HILO DE LA CONVERSACIÓN	5 MIN	Esto es un gancho para la audiencia, al final del capítulo daremos a conocer el resultado sobre cuantas preguntas pudo responder en 10-12S.

8	Además de esta intervención me quedo con la super propuesta de Caro, esa bella primicia que nos soltó en el programa, apadrinar deportistas que están en pleno desarrollo que necesitan de nuestra ayuda, gente que se comprometa a ayudar en los inicios y no cuando ya formaron una carrera. Para conseguir cualquier objetivo que te propongas necesitas perseveración y superarte cada día para ser mejor y vencer esos obstáculos que se cruzan entre tu objetivo y tú, tal como nos contaba Dome. Y como dije en la entrevista me apunto de cabeza para apadrinar un deportista es una magnifica idea.	2-3 MIN	
9	Esa fue la intervención de Carolina tamariz, conociendo las nuevas instalaciones de radio UDA. Prácticamente concordamos en muchos nombres en nuestro podio y puso un nuevo nombre sobre la mesa; el de Daniel pintado que se dedica a la marcha una disciplina que ha dado tantos logros y reconocimientos a la provincia.	1-2 MIN	
10	RESULTADO DE LAS RESPUESTAS RÁPIDAS	10S	
Cierre / Despedida PERIODISTA			

PODCAST CAPÍTULO 3

GUIÓN TÉCNICO LITERARIO

Título del Podcast	Fútbol en el Azuay		
Fecha creación: 16/11/2023	Duración: 20-30 minutos	Nro. Capítulo: 3	Total Capítulos: 3
Observaciones			

Bloque	Texto	Duración	Comentarios
Intro del Podcast			
1	<p>¡Prepárate para vivir la pasión del deporte como nunca antes! Bienvenidos a Deportes con la R!</p> <p>Hola hola hola otro capítulo más de Deportes con la RR con Juanber Ríos, hoy el tema principal será el rey de los deportes, señores el Fútbol en el Azuay.</p>	1 MINUTO	
Introducción			

2	<p>Con los invitados para este capitulo tuvimos algunos problemas, debido a los inconvenientes que tuvo el pais en las primeras semanas de enero tuvimos que reagendar a nuestros invitados. Con el periodista Pablo Jose Mora fue un poco mas fácil reagendar y tuvimos una larga conversación que puede tranquilamente ser para 2 capitulos que con el jugador actual de Dep. Cuenca, Mateo Piedra. Para poder contactarnos con el tuvimos que hablar con Coco Verdugo que es el relacionador publico de club a que nos ayude con un tiempo para la entrevista y por supuesto con Diego Mancheno dirigente del club. Estamos listos para empezar.</p>	3-4 MIN	
Contenido			
3	<p>De la federacion deportiva del azuay se ramifica la AFA que es la asociacion de futbolistas profesioaneles del Azuay, quienes se han hecho cargo durante todo este tiempo sobre lo que sucede con los equipos de la provincia. Durante mucho tiempo el cuenca fue el único equipo en la seria A del fútbol profesional del Ecuador, pero en estos últimos 2 años el Gualeceo Sporting se mantuvo en la primera categoria, en esta última temporada los resultados no le acompañaron y tuvo que descender a la Serie B. Historicamente Liga de Cuenca tambien estuvo unos años por la Serie A pero lastimosamente hoy no queda nada del club. El único titulo nacional de la provincia lo tiene Dep Cuenca en el año 2004 con una magnifica campaña.</p> <p>Demos paso a nuestro primer invitado, el periodista Pablo Jose Mora para que nos cuente un poco mas</p>	2-3 MIN	

4	PREGUNTAS DE ACUERDO AL HILO DE LA CONVERSACIÓN	3-4 MIN	
Cierre / Despedida PERIODISTA			
INTRO SEGMENTO DEPORTISTA			
5	Grandes jugadores cuencanos han pasado, por deportivo cuenca por mencionar algunos que no dijo pablo jose son pepe granda, israel alvarez, chivo jimenez pero realmente el mas destacado es pablito arevalo, quien salio campeon en el año 2004. Todos estos jugadores hicieron las formativos en los equipos de ascenso para luego pasar al deportiva cuenca, equipos como aviced, tecni club, la gloria y el mismo estudiantes donde se formo nuestro siguiente invitado, con ustedes mateo piedra.	1-2 MIN	
6	Preguntas Rápidas sobre deporte mundial en general.	24 S	Esto es un gancho para la audiencia, al final del capitulo daremos a conocer el resultado sobre cuantas preguntas pudo responder en 10-12S.
7	PREGUNTAS DE ACUERDO AL HILO DE LA CONVERSACIÓN	6-7 MIN	
8	El sueño de convertirse en jugador profesional, no todos lo consiguen, es un sueño de ser profesional y podemos ver lo fuerte que se hecho mentalmente para afrontar estos desafíos. Creo que encontrara ese espacio en el 11 titular de Dep Cuenca para la temporada 2024.	2-3 MIN	
9	Las opiniones de ambos en cuanto a la pregunta de fomentar el deporte fueron super claras, mateo diciendo que las oportunidades se encuentran afuera que para el encuentra estancado al deporte cuencano y para pablo jose	3-4 MIN	

	es una forma estructurada como una empresa te hace entender de una manera que todo va de la mano en conjunto con lo que se hace.		
10	RESULTADO DE LAS RESPUESTAS RÁPIDAS	10S	
Cierre / Despedida PERIODISTA			