



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**EXTENSIÓN QUEVEDO**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA  
EDUCACIÓN**



**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

**TEMA:**

**PODCAST COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN PARA  
PERIODISTAS DEPORTIVOS DEL CIRCULO DE PERIODISTAS DE LOS  
RÍOS, AÑO 2022**

**AUTOR:**

**JUAN FERNANDO ECHEVERRIA MERA**

**DOCENTE TUTOR:**

**Lic. LILIANA URQUIZA MENDOZA. Msc**

**QUEVEDO – LOS RÍOS- ECUADOR**

**2022**

## **Dedicatoria**

Mi proyecto de tesis lo dedico en primer lugar a Dios, el ser que creo a este ser humano, le agradezco a el porque nos ha ayudado hasta aquí y confió que nos ayudara en el futuro. También dedico a mis padres por motivación que me han logrado dar hasta este momento, ellos han sido y serán mi más grande motivación de buscar un mejor estilo de vida, a mi madre por el apoyo incondicional y a mi padre por haberme enseñado a luchar por lo que necesito. Por ultimo y no menos importante dedico esta tesis a mis hermanos, sin duda alguna ellos son mi fortaleza y quiero demostrarles a ellos que todo lo que uno se proponga con la ayuda de Dios se puede lograr, gracias por el apoyo familiar, sin aquel apoyo nada de esto se hubiese logrado. Es ahora donde puedo decir los sueños y los pensamientos se vuelven realidad siempre y cuando nos esforcemos.

Juan Fernando Echeverria Mera

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por haberme permitido obtener un logro más, estoy agradecido con el por la vida, la sabiduría que me ha dado para poder llegar hasta aquí, también a mis padres porque ellos son el pilar fundamental de mi vida y gracias a ellos he podido obtener todo lo que me he propuesto, por último, agradezco a mis amigos quienes han motivado y me han ayudado mucho en este trayecto, muchas gracias a todos los que siempre estuvieron en las buenas y en las malas conmigo.

Juan Fernando Echeverria Mera

## RESUMEN

**TEMA: PODCAST COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN PARA PERIODISTAS DEPORTIVOS DEL CIRCULO DE PERIODISTAS DE LOS RÍOS, AÑO 2022.**

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la incidencia del podcast como una herramienta de comunicación para los periodistas deportivos del círculo de periodistas de Los Ríos, en el año 2022.

Para lo cual se analizó la importancia del podcast como herramienta de comunicación, se identificaron las principales ventajas tecnológicas y de acceso al público que tiene este sistema, para lo cual se realizó un estudio bibliográfico de la implementación de esta herramienta en otros contextos, y un estudio de campo para medir el conocimiento del tema por parte de los periodistas de la provincia de Los Ríos y su disposición a implementar el podcast en su laboral periodística.

Por último, se propuso un plan de capacitación sobre el uso del podcast como herramienta de comunicación para los miembros del Círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos.

**Palabras claves:** podcast, periodismo deportivo, comunicación.

## **ABSTRACT**

**TOPIC: PODCAST AS A COMMUNICATION TOOL FOR SPORTS JOURNALISTS OF THE SPORTS JOURNALISTS CIRCLE OF LOS RÍOS, IN 2022.**

The objective of this research work is to determine the incidence of the podcast as a communication tool for sports journalists from the Sports Journalists Circle of Los Ríos, in the year 2022.

For which, the importance of the podcast as a communication tool was analyzed, the main technological and public access advantages of this system were identified, for which a bibliographic study of the implementation of this tool in other contexts was carried out, and a field study to measure the knowledge of the subject by journalists in the province of Los Ríos and their willingness to implement the podcast in their journalistic work.

Finally, a training plan on the use of the podcast as a communication tool was proposed for the members of the Sports Journalists Circle of Los Ríos.

**Keywords:** podcast, sports journalism, communication.

## Índice

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN .....	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	3
1.2.1. Contexto Internacional .....	3
1.2.2. Contexto Nacional .....	4
1.2.3. Contexto Local .....	4
1.2.4. Contexto Institucional .....	4
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	5
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	6
1.4.1. Problema general .....	6
1.4.2. Subproblemas o derivados.....	7
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.6. JUSTIFICACIÓN .....	8
1.7. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	8
1.7.1. Objetivo general .....	8
1.7.2. Objetivos específicos.....	9
CAPÍTULO II.....	10
2.1. MARCO TEÓRICO .....	10
2.1.1. Marco conceptual .....	10

Podcast.....	10
Podcast Como Herramienta de Comunicación.....	15
Periodismo en Podcast.....	20
2.1.2. Marco Referencial sobre la Problemática de Investigación.....	21
2.1.2.1. Antecedentes investigativos .....	21
2.1.2.2. Categoría de análisis.....	23
2.1.3. Postura Teórica.....	23
2.2. HIPÓTESIS .....	25
2.2.1. Hipótesis General .....	25
2.2.2. Subhipótesis o derivadas .....	25
2.2.3. Variables.....	26
2.2.3.1. Variable independiente .....	26
2.2.3.2. Variable dependiente .....	26
CAPÍTULO III .....	27
3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	27
3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas .....	27
3.1.2. Análisis e interpretación de datos.....	28
3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES .....	41
3.2.1. Específicas.....	41
3.2.2. General .....	42
3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES .....	42

3.3.1. Específicas.....	42
3.3.2. General .....	43
CAPÍTULO IV .....	44
4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS.....	44
4.1.1. Alternativa obtenida .....	44
4.1.2. Alcance de la alternativa .....	44
4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa.....	45
4.1.3.1. Antecedentes.....	45
4.1.3.2. Justificación .....	46
4.2. OBJETIVOS .....	47
4.2.1. Objetivo general .....	47
4.2.2. Objetivos específicos.....	47
4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA .....	47
4.3.1. Título .....	47
4.3.2. Componentes.....	47
CONTENIDO DEL TALLER .....	48
Tema 1: ¿Qué es un podcast?.....	48
Tema 2: Elegir el tema .....	49
Tema 3: Definir los participantes del podcast.....	50
Tema 4: El contenido del podcast .....	51
Tema 5: Preparación vocal.....	52



Tema 6: El equipo de grabación.....	53
Tema 7: Grabación del podcast.....	54
Tema 8: Edición del podcast.....	54
Tema 9: Publicación del podcast.....	56
Tema 10: Divulgación y promoción del podcast .....	56
Tema 11: Medición de los resultados del podcast.....	58
4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA.....	59
BIBLIOGRAFÍA.....	60
ANEXOS.....	1

## Índice de tablas

Tabla 1: ¿Has escuchado alguna vez un podcast?.....	28
Tabla 2: ¿Ha realizado en alguna ocasión un podcast?.....	30
Tabla 3: ¿De qué tema ha realizado un podcast?.....	31
Tabla 4: ¿Cuántos podcast escucha a la semana?.....	33
Tabla 5: ¿Qué aplicaciones utiliza para escuchar podcast?.....	34
Tabla 6: ¿Sabía usted que puede descargar los podcasts y escucharlos luego sin internet?.....	35
Tabla 7: ¿Recomienda usted a escuchar podcast? ¿Por qué?.....	36
Tabla 8: ¿Considera usted que el podcast es una herramienta útil para el periodista actual?.....	38
Tabla 9: ¿Realizaría un podcast deportivo?.....	39
Tabla 10: ¿Desearía usted participar en un plan de capacitación sobre el podcast?.....	40

## Índice de figuras

Figura 1: ¿Has escuchado alguna vez un podcast?.....	29
Figura 2: ¿Ha realizado en alguna ocasión un podcast?.....	30
Figura 3: ¿De qué tema ha realizado un podcast?.....	32
Figura 4: ¿Cuántos podcast escucha a la semana?.....	33
Figura 5: ¿Qué aplicaciones utiliza para escuchar podcast?.....	34
Figura 6: ¿Sabía usted que puede descargar los podcasts y escucharlos luego sin internet?.....	36
Figura 7: ¿Recomienda usted a escuchar podcast? ¿Por qué?.....	37
Figura 8: ¿Considera usted que el podcast es una herramienta útil para el periodista actual?.....	38
Figura 9: ¿Realizaría un podcast deportivo?.....	39
Figura 10: ¿Desearía usted participar en un plan de capacitación sobre el podcast?.....	40

## INTRODUCCIÓN

Con el avance de la tecnología en el mundo del internet, surgieron muchas herramientas de comunicación enfocadas en entretener, enseñar e informar sobre diversos tópicos. Gracias a estos avances y la necesidad de los usuarios de recibir información con prontitud, surge el podcast.

Esta herramienta está deslumbrando al mundo en la actualidad. Por la calidad de información que brinda se ha convertido en una de las herramientas de comunicación más populares e importantes, ya que, en la actualidad consta de muchos seguidores que prefieren este formato.

El podcast es una serie de archivos de audio, que pueden ser escuchados en línea o ser descargados de la plataforma digital en la que se encuentren.

Entre las ventajas de este nuevo formato, la que más resalta para el autor, es que no es necesario contar con un establecimiento o una institución para crear el contenido, se lo puede realizar en cualquier momento, lugar, tiempo y situación.

Por su parte, el periodismo deportivo es de gran relevancia en el contexto nacional. El público sigue de primera mano los acontecimientos deportivos, los encuentros que están por ocurrir, las figuras del deporte que se han ganado un espacio en las conversaciones habituales, y las opiniones que se comparten sobre el desempeño de los deportistas.

En ese sentido, los medios tradicionales de comunicación han destinado una parte importante de su programación a los acontecimientos deportivos, sin embargo, con la constante actualización que se vive en esta era digital, es oportuno abordar nuevas formas

de comunicación que permitan dar un nuevo enfoque al periodismo tradicional, y a su vez llegar a nuevos públicos ávidos de información.

El presente trabajo de titulación tiene el propósito de determinar la incidencia del podcast como herramienta de comunicación para los periodistas deportivos del círculo de periodistas de Los Ríos, año 2022.

En el desarrollo de este proyecto se investigarán conceptos y contenidos sobre el podcast, su función y su enfoque. Este trabajo de investigación se basa en la sublínea de investigación: Periodismo deportivo, ambiental e investigativo.

# **CAPÍTULO I**

## **1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN**

Uso del podcast como herramienta de comunicación para los periodistas deportivos del círculo de periodistas de Los Ríos en el año 2022.

## **1.2. MARCO CONTEXTUAL**

### **1.2.1. Contexto Internacional**

El término podcast surgió por primera vez en el año 2004 en Inglaterra, y fueron ideados inicialmente como audios para blogs. Actualmente en América Latina se calcula que 20 millones de personas hacen uso del podcast. Mundialmente, hasta el año 2020 se estima que existían más de un millón quinientos mil programas, mismo número que solo ha ido en aumento.

Se considera que el ritmo de vida acelerado y la necesidad de conectar con quién está al otro lado de la pantalla, ha ayudado a que este formato se vuelva tan popular. Son millones de personas quienes han decidido valerse de esta herramienta para comunicar información, ya que no solo sirve a profesionales de la comunicación, sino también quién tengo el deseo de hacerlo.

Se conoce que, en países como México, Argentina y España, el podcast ha sido utilizado por periodistas deportivos, que han desarrollado por medio de esta herramienta programas para informar lo que acontece en el mundo de los deportes.

### **1.2.2. Contexto Nacional**

En el Ecuador, el podcast ha sido bien acogido por sus consumidores, quiénes escuchan contenidos internacionales.

Poco se conoce sobre este formato de información dentro del uso profesional, se ha identificado que los periodistas en el Ecuador no están capacitados sobre las ventajas y beneficios que ofrece. Y como consecuencia, no se considera como una herramienta de comunicación, continuando bajo el formato tradicional.

### **1.2.3. Contexto Local**

A nivel local, en la provincia de Los Ríos, son pocos los comunicadores que utilizan esta herramienta. Dentro de ese pequeño porcentaje de periodistas, son pocos los que conocen el enfoque y proyección del podcast, creyendo así, que este tiene los mismos beneficios que la radio.

Existen en esta provincia canales transmitidos por televisión, así como también por canales digitales. Mismos canales digitales no son bien acogidos por la ciudadanía por su falta de veracidad al compartir noticias y por la crueldad que se muestran en dicha plataforma.

### **1.2.4. Contexto Institucional**

El Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador data del año 1945, cuando un grupo de diez periodistas se reunieron en Guayaquil, con el objetivo de promover el deporte mediante la prensa, y que sus logros sean difundidos a nivel nacional, en beneficio

de las diferentes entidades deportivas del país, y a su vez, la institución buscaría acoger y apoyar a los periodistas deportivos del país.

Por su parte, el círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos (CDPELR) se fundó el 02 de julio de 1973, con la finalidad de beneficiar a los periodistas deportivos de esa provincia.

### **1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

El desarrollo tecnológico, nos han direccionado a buscar nuevas formas de comunicación. En la actualidad varias tecnologías se presentan para hacer esta labor, con el fin de llevar hasta el último rincón del mundo información de los acontecimientos diarios.

Los periodistas tienen por obligación recolectar, analizar, verificar y compartir noticias verídicas y actualizadas. Dada la rapidez con la que deben ser circuladas estas noticias, muchos medios de comunicación han implementado el uso de redes sociales para llegar a su audiencia.

Los periodistas deportivos necesitan presentar dinamismo al compartir la información que han obtenido. Mundialmente, el fútbol es reconocido como uno de los deportes que mueven masas.

El podcast, ofrece múltiples beneficios, entre ellos se encuentra que los usuarios suscritos van a poder hacer uso de la información en cualquier momento y en cualquier lugar, esta información puede ser reenviada y compartida incluso fuera de los límites de un país.



Con el avance de las TICs, se ha evidenciado varios problemas en el ámbito comunicacional. En la actualidad, existen varias herramientas de comunicación que son hasta la fecha desconocidas por periodistas ecuatorianos.

Dado a la ética con la que las noticias necesitan ser transmitidas se ha puesto en segundo lugar el tiempo con el que se cuenta para que esa noticia llegue al público. Es cierto que el estilo de vida actual es apresurado y tecnológico, por lo que son pocos los ciudadanos que esperan al noticiero para enterarse de un acontecimiento.

Las redes sociales y el internet son un aliado fuerte para cualquier persona o institución que ofrezca un servicio o un producto. El podcast es una herramienta extremadamente útil para este propósito.

La desinformación sobre los recursos tecnológicos en el círculo de periodistas deportivos de Los Ríos es evidente, por lo tanto, parece imposible que el podcast sea considerado como una opción. Dada esta situación se propone un plan de capacitación a los periodistas deportivos, el cual va a permitir que estas herramientas sean conocidas y a su vez utilizadas para el beneficio de los periodistas y también de las personas que las utilicen en el futuro.

## **1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.4.1. Problema general**

¿Cómo incide el podcast como herramienta de comunicación para los periodistas deportivos del círculo de periodistas de Los Ríos en el año 2022?

#### 1.4.2. Subproblemas o derivados

- ¿Cómo utilizar el podcast como una herramienta de comunicación para periodistas deportivos del círculo de periodistas de Los Ríos?
- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que tiene el podcast como herramienta de comunicación para periodistas deportivos del círculo de periodistas de Los Ríos?
- ¿Cómo implementar una propuesta de capacitación sobre el podcast como herramienta de comunicación para periodistas deportivos del círculo de periodistas de Los Ríos?

#### 1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- **Delimitación espacial:** el presente proyecto de investigación será realizado en la provincia de Los Ríos, Ecuador.
- **Área:** Comunicación social
- **Delimitación temporal:** La presente investigación se llevará a cabo en el año 2022.
- **Delimitación observacional:**
  - Podcast
  - Periodismo deportivo
- **Delimitación teórica:** El avance de esta investigación se realizará teniendo como mención el podcast como herramienta de comunicación para los periodistas deportivos.

## **1.6. JUSTIFICACIÓN**

La siguiente investigación está dirigida al análisis y la identificación del podcast como una herramienta de comunicación para periodistas deportivos. La razón para realizar esta investigación tiene mucho que ver con el avance de las TICs en los últimos 20 años. Estas nos han demostrado muchas herramientas las cuales presentan mucha acogida a nivel global.

Esta investigación se realizará con el fin de presentarles a los periodistas deportivos del CPDLR, una herramienta que va ganando nuevos adeptos diariamente.

A diferencia de las primeras tecnologías que podían ser transmitidas por los medios tradicionales ya conocidos como la televisión, la radio y el periódico. El podcast se muestra como una herramienta de fácil acceso para el público, cualquier persona con acceso temporal a la internet pueden hacer uso del mismo.

Se realizará un análisis, para determinar si es o no es viable esta herramienta para los periodistas. De ser satisfactorio se realizará un plan de capacitación a periodistas deportivos.

## **1.7. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. Objetivo general**

Determinar la incidencia del podcast como una herramienta de comunicación para los periodistas deportivos del círculo de periodistas de Los Ríos – año 2022.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

- Analizar la importancia del podcast como una herramienta de comunicación para periodistas deportivos del círculo de periodistas de Los Ríos.
- Identificar las ventajas y desventajas que tiene el podcast como herramienta de comunicación para periodistas deportivos del círculo de periodistas de Los Ríos.
- Proponer un plan de capacitación sobre el podcast como herramienta de comunicación para periodistas deportivos del círculo de periodistas de Los Ríos.

## CAPÍTULO II

### 2.1. MARCO TEÓRICO

#### 2.1.1. Marco conceptual

##### *Podcast*

El término Podcast es utilizado por primera vez en Inglaterra en el año 2004 por el periodista Ben Hammersley. Según Aguilera (2007) este término hace referencia a la contracción entre las palabras iPod, que es un reproductor de música comercializado por Apple y broadcasting que significa radio difusión.

Sin embargo, desde el año 1996 se dio inicio a las transmisiones vía streaming (contenido que se puede disfrutar a través de internet) en España.

Se considera a “En caso de que el mundo se desintegre” como el primer podcast de la historia, aun cuando el término no existía. Este podcast continúa trasmitiéndose hasta el día de hoy.

En el año 2020 los podcasts sufrieron un “boom”, muchos investigadores sostienen que el confinamiento por COVID-19 propició la ganancia de adeptos. Sobre todo, en temas relacionados al deporte, la meditación y los programas orientados a niños (Glikman, 2021).

Para el año 2020 se estima que existían un millón ochocientos mil podcasts activos y más de 45 millones de episodios. España es considerada como el segundo país en el ranking de la escucha de podcast. Se evidenció también en ese año un incremento considerable para los países de Chile, Perú, México y Argentina.

El rango de edades de personas que más consumen podcasts está entre los 25 y los 34 años, representando un 29%. Le siguen los usuarios de 35 a 49 años, quienes representan un 24%.

El consumo menos significativo se presenta en los jóvenes de menos de 18 años, siendo solo el 3% del consumo total y las personas de mayor de 50 años de edad con un 8%.

El podcast o podcasting consiste en crear archivos de sonido y / o video y distribuirlos mediante un archivo RSS de manera que permita suscribirse y usar un programa que lo descargue cuando lo deseamos o automáticamente para que el usuario lo escuche en el momento que quiera, generalmente en un reproductor portátil. (Him, 2009, p. 25)

Para Parra (2011) un podcast es un blog de audio, que permite al usuario escucharlo en el momento que desee gracias a que se suscribe mediante un sistema de redifusión (RSS).

El podcast se presenta en formato digital, con el fin de ser reproducido en cualquier momento como una canción o un audio, teniendo el usuario una conexión a

internet o no. Y se está convirtiendo en un formato cada vez más usado gracias a la sencillez de su creación (sólo necesita un ordenador, un micrófono y una conexión a internet) y difusión (particularmente gracias a su unión con el formato blog).

Si hablamos de evoluciones, es cuestión de tiempo para que esto suceda, el podcast tiene más de 20 años desde sus inicios, su evolución en este tramo de la historia es muy significativo, de solo ser un simple audio en Mp3, a llegar a un Mp4, sin duda es un gran avance.

Se dice que el podcasting fue un reproductor que pretendía emitir información por la red básicamente con contenidos sonoros, en la era de la digitalización, ahora llamado podcast, no solo es contenidos sonoros, sino también contenidos audiovisuales, que buscan y pretenden informar y educar a la sociedad.

El podcast antes de 2004, los que dieron un aporte fundamental para que esto se convirtiera en una realidad son Dave Winer y Adam Curry. El primero es un pionero de los weblogs en Internet y desarrollador de una de las versiones del estándar RSS para la sindicación web; mientras que el segundo fue creador de contenidos audiovisuales. Ambos estuvieron trabajando desde 2000 en busca de una herramienta que les permitiera la distribución de contenidos sonoros desde la web y de manera automatizada (Tobar, 2021, p. 10).

Para Tobar, (2021) un podcast es un archivo que contiene datos de audio, y en algunas ocasiones, de vídeo, subtítulos o notas. Por lo tanto, el podcasting es la acción de

distribuir estos archivos multimedia, normalmente a través de un sistema de sindicación de contenidos (los famosos RSS), que permite al usuario suscribirse al podcast y descargar los archivos para su consumo (pág. 12).

Si bien es cierto en la era moderna el podcast ya no solo es un contenido de audio, su distribución en esta era también es a través de video, esto permite que cada información emitida sea recibida, de una manera fácil y sencilla.

A diferencia de sus inicios solo eran audios, los receptores de aquel entonces se imaginaban la información lo que ya en la actualidad es más fácil, se visualiza la información y esto en sí tiene una desventaja, los consumidores no ponen a trabajar su imaginación.

Sabiendo que el podcast es una herramienta comunicativa, la cual ha sido creada con una serie de atributos que permiten que los contenidos emitidos sean recibidos y acogidos por sus oyentes en el caso de ser solo por audio, de la misma manera en audio y video pero estos tienen más relevancia por su dinamismo.

Según Sellas (2011), el podcasting encuentra en la extensión y la diversidad otra de sus virtudes, “siendo éste el factor que permite a todo tipo de audiencias encontrar algún podcast que pueda interesarles”. La diversidad de temas influye mucho en los enfoques de la información, lo que permite al mundo actual modernizarse y autoeducarse por estas herramientas (pág. 30).



Varios autores nos muestran su punto de vista sobre las características del podcast a continuación veremos unos de ellos.

La periodicidad es una de estas características. Para Checa (2013), esa frecuencia para emitir los episodios le indica al oyente con cuánta regularidad puede esperar los contenidos. Este elemento es muy importante porque evita que la comunicación se convierta en unidireccional.

El hecho de publicar a diario, especialmente si se trata de un podcast de larga duración puede llegar a saturar a los oyentes, pero publicar sin una periodicidad clara y conocida podría incidir en que los oyentes no lo consideren como parte de la conversación o la relación.

La situación actual del reportaje en la radiodifusión española contrasta con el empleo que se está haciendo de este género en el ámbito del podcasting, un fenómeno sonoro en crecimiento de un lustro a esta parte, gracias a la generalización del teléfono móvil y al desarrollo de las aplicaciones (Legorburu, 2021).

Por tanto, el despertar del reportaje sonoro en España no se está produciendo de la mano de las cadenas radiofónicas, que –como se ha señalado–, en términos generales, utilizan el pódcast como radio a la carta con el fin de amortizar más eficazmente los contenidos ya emitidos (Legorburu, 2021).

Una de las definiciones más sencillas de podcast es la de Blanco (2006): “audio más sindicación”. Es decir, un fichero de audio al que se le incluyen unas etiquetas que permiten la sindicación de dicho archivo, para que así el usuario pueda suscribirse y recibir en su gestor de suscripciones los nuevos episodios que se vayan distribuyendo de los podcast que ha seleccionado (Blanco, 2006).

Esta autora explica, de una manera sencilla, que generalmente cuando se habla del término sindicación resulta difícil de comprender por los más nuevos en el tema. Sin embargo, esto no es más que la tecnología que permite al usuario tener una lista de “favoritos” que notifica de las actualizaciones del podcast que hemos consumido con anterioridad sin necesidad de estar verificándolo periódicamente (Blanco, 2006, pág. 1935).

Desde el punto de vista de cada autor, comparto con ellos sus criterios enfocados en el podcast como un nuevo medio de comunicación, que es su principal característica, tomando en cuenta que esta herramienta está logrando en la actualidad mejorar el estilo de vida de las personas en el ámbito educativo y también como un nuevo método de enseñanza y aprendizaje.

### ***Podcast Como Herramienta de Comunicación***

Cuando hablamos de comunicación englobamos todos los medios por los cuales se transmite la información, el podcast fue una creación para emitir información, por lo tanto la comunicación y el podcast van de la mano, la tecnología ha enfocado que los

medios de comunicación tradicionales a futuro tendran que movilizarse a la internet, en este siglo es lo que se observa, los medios de comunicación ya se estan direccionando a este nuevo mundo que es el internet.

La comunicación es un acontecimiento, un encuentro feliz, el momento mágico entre dos intencionalidades, ella viene de la creación de un ambiente común en que los dos lados participan y extraen de su participación algo nuevo, inesperado, que no estaba en ninguno de ellos, y que altera el estatuto anterior de ambos, a pesar de mantenerse las diferencias individuales (Castañeda, 2020, pág. 17)

Para Rivera Salas (2019). “El podcast es una de las diversas herramientas colaborativas que se implementan en el Periodismo Digital, siendo un formato de fácil distribución y que puede proporcionar un espacio dinámico y creativo para el profesional de la comunicación social” (pág. 109).

El podcast también nos brinda dinamismo y creatividad ya que esta es una herramienta con un formato fácil de distribuirlos, pero con el fin de realizar buen periodismo digital, que en la actualidad es el boom de esta era.

El podcast es un formato que se relaciona con el ciberperiodismo, se convierte en una herramienta de comunicación e información que permite el posicionamiento en el entorno digital y el aumento de audiencias jóvenes por el contenido que se publica de

manera rápida, por la facilidad de obtener el contenido sin importar el tiempo o el lugar en el que se encuentre. (Sánchez Quishpe, 2021).

De acuerdo con Sánchez Quispe (2021) llegamos a conocer que el podcast es una herramienta de comunicación e información que se posiciona en el entorno virtual, podemos decir ahora que gracias a la era digital tenemos varias herramientas de distribución de información para todo el mundo, enfocándonos en el podcast esta tiene una audiencia de jóvenes, por lo tanto, decimos que ellos son los que más la consumen.

Es muy usual que los jóvenes y adolescentes busquen herramientas tecnológicas para comunicarse, informar en la actualidad es trabajo de todos incluso no es necesario ser un profesional de comunicación para manifestar e impartir conocimiento, emitir contenidos de cualquier índole es muy bueno, pero todo esto se realiza gracias a la internet.

La noticia hoy en día sigue siendo la pieza clave y la razón de ser de los medios. No obstante, el punto medular para los editores es aprender a discernir cuál información, entre toda la que se genera y fluye cotidianamente, es realmente una noticia. Además, y como en tiempos pasados, es importante evitar que las personas o empresas utilicen el género noticioso como una perniciosa forma de autopromocionarse: ahora mediante la potencial enorme difusión alcanzable gracias a las herramientas a las que se tiene acceso en la Era Digital. (Salas, 2019, pág. 112).

Es indispensable conocer sobre la importancia de podcast, la influencia de esta herramienta de comunicación en el mundo actual es muy factible, lo que genera con la noticia es algo realmente sorprendente, logra enviar información en todo momento que la desde al comienzo de la era digital no era tan importante y no se veía este enfoque.

La tecnología ha influido mucho en el desarrollo cultural, educativo y social de los seres humanos, esto nos ha ayudado para muchas situaciones, ha mejorado nuestro estilo de vida, comparando la vida hace 20 años atrás, la información a través de la radio era muy importante, ya que, todos los días en un tiempo determinado, se daban las informaciones, en la actualidad, ya no es así, la información queda en la red y las personas pueden obtener la información en cualquier momento.

Con el cambio de siglo, la digitalización y el auge de Internet, la radio se ha tenido que amoldar a nuevos modos de transmisión. Ya no sólo basta con emitir a través de la onda hertziana sino que hay que procurar que los contenidos estén disponibles en plataformas con acceso directo donde no prime el tiempo, ni el espacio y donde la fugacidad del medio radiofónico pueda verse, en cierta forma, paliada (Moreno, 2013).

Más allá de la tecnología, los aspectos sociocéntricos se fundamentan en los protocolos, normas no escritas, usos, convenciones, estrategias y conexiones que se establecen alrededor de una práctica mediática y que constituyen algunos de sus más importantes elementos identitarios. (García-Marín, 2018).

Según García-Marín (2018), “una de las grandes fortalezas del podcasting español es la existencia de una amplia comunidad de creadores y oyentes”. Gracias a la radio comenzó a tener nuevos enfoques, es necesario recalcar que antes de llamarlo podcast, este era conocido como radio en redes, pero por su influencia esta perspectiva cambió, ya que sus estrategias eran muy distintas a la radio convencional.

Los primeros antecedentes de la radio datan del siglo XIX, con la invención de la pila voltaica por Alessandro Volta. Desde ese momento se comenzaron a construir los primeros telégrafos, los cuales fueron evolucionando gracias a las aportaciones de Samuel Morse, con el código morse (Mendoza, 2013).

Para Mendoza (2013), la radio se descubrió en el siglo XX, en sus inicios los sonidos emitidos por la radio de aquel entonces eran a través de cables, que con el transcurrir del tiempo y la intervención humana cambiaron a ondas sonoras las cuales podían propagarse hasta al menos 20 km. Su evolución se dio cuando comenzaron a construir los primeros telegrafos.

Según Guerrero (2017), “la actualidad obliga a que así como la telefonía móvil es instrumento necesario para informarse, la radio puede convertirse en un medio de trabajo”. Asimismo, dichos medios constituyen un apoyo importante en procesos como el de acreditación de alta calidad en educación. Es importante identificar que los teléfonos en la actualidad nos ayudan a informarnos, incluso el celular es conocido como una computadora en mano.

De acuerdo con Guerrero (2017), informarse es tarea de todos, la tecnología nos da muchas facilidades de hacerlo, los medios de comunicación han ayudado también, ya que estos se están trasladando a las redes, ahora con un simple clic en el celular podemos saber sobre los acontecimientos y hechos que ocurren en todas partes del mundo, el podcast influye en la actualidad, porque se ha transformado en un medio de comunicación muy importante, así como la radio, la televisión y el periódico (pág. 88).

Según Portilla (2019) “El podcast puede ser también un programa con un formato similar al radial, que aborda temas específicos relacionados a humanidades, ciencias, entretenimiento, religión” (pág.130)

Concuerdo con Portilla (2019) saber cuáles son los enfoques del podcast en la comunicación, hace que podamos investigar mucho más de aquello, al entender que el podcast tiene los mismos y más enfoques que los medios de comunicación tradicionales, llegamos a crear formatos en beneficio de la sociedad por medio de esta herramienta.

### ***Periodismo en Podcast***

Alonso (2019) menciona que la radio ha sufrido cambios a lo largo de los últimos años. Las innovaciones tecnológicas y los cambios a la hora de entregar la información han provocado que la radio tenga que adaptarse y dejar de ser un medio lineal. Si en el concepto tradicional de la radio los oyentes tenían que oír los informativos o programas

a una hora determinada, actualmente no es así, provocando el acceso a esa información cuando sea necesario (pág. 18)

El instrumento que más ha potenciado al periodismo deportivo ha sido la televisión. Ha sido un canal que ha servido como medio de información y de entretenimiento para las audiencias. Tanto es así, que la distancia que separaba la una de la otra se ha ido acortando hasta desembocar en el infoentretenimiento. Actualmente, la mayoría de los programas que ofrece la televisión han evolucionado hasta enmarcarse en este fenómeno (Alonso, 2019, pág. 21)

Para Alonso (2019) la radio es muy importante en el mundo del periodismo deportivo, es uno de los primeros medios de comunicación, claro está pero su mayor alcance o el mejor instrumento para los periodistas enfocados en los deportes, es la televisión, tiene mas relevancia en los contenidos y lo que se emite es de manera dinámica.

De acuerdo con el autor, la radio y la televisión son las herramientas más utilizadas por periodistas deportivos para transmitir su información, pero, en la actualidad y en el futuro el podcast logrará sobreponerse a estas herramientas ya que el internet está teniendo mucha influencia en los medios de comunicación.

## **2.1.2. Marco Referencial sobre la Problemática de Investigación**

### ***2.1.2.1. Antecedentes investigativos***

El presente proyecto de investigación se llevó a cabo tomando como punto de referencia varios trabajos realizados en el campo, entre ellos se encuentra la Propuesta de



una radio deportiva online emitida desde Ecuador, de Adrián Bermeo y Jorge Piedra, publicada en 2016, por la Escuela de comunicación social y publicidad de la Facultad de filosofía, letras y ciencias de la educación de la Universidad del Azuay.

Dicho trabajo propone el diseño de una radio digital y podcast deportivo, que permitan mediante la interactividad del internet, la incorporación de esta herramienta en el lenguaje comunicacional y deportivo, con una visión cultural multimedia (Bermeo & Piedra, 2016).

Por otra parte se consideró el trabajo presentado por Ginna Páez Infante para la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javierina en 2012, titulado El podcast como herramienta de comunicación del Comité Olímpico Colombiano.

En esa investigación se buscó identificar los beneficios del uso de podcasts en una organización, como el Comité Olímpico Colombiano, para gestionar los mecanismos de comunicación de la institución y fortalecer las dinámicas dentro de la misma. Así también, se abordó el podcast como una herramienta que permita difundir y posicionar a la institución en el sector deportivo del país (Páez, 2012).

También se tomó en cuenta la investigación realizada por María Blanco Hernández, Alfonso López Rivero y Emma Rodero Antón, en la Conferencia IADIS Ibero-americana de 2008, titulada Podcast como medio de medio de comunicación en internet.

El objetivo de dicha investigación fue identificar en una muestra de 23067 personas entre España y Latinoamérica, las preferencias en el uso de las nuevas

tecnologías y de los archivos de podcast. Además, se analizaron las predilecciones de los jóvenes en cuanto a medios de comunicación y su postura frente a los podcasts (Blanco, López, & Rodero, 2008).

Por último, se consideró el trabajo de Silvia Saborío Taylor para la Universidad Nacional de Costa Rica, en 2018, llamado Podcasting: Una herramienta de comunicación en el entorno virtual.

Este trabajo abordó las diferentes ventajas metodológicas que el podcast presenta en los entornos virtuales de aprendizaje, como herramienta de comunicación que está disponible tanto para jóvenes y adultos, en el campo educativo y de formación (Saborío Taylor, 2018).

#### ***2.1.2.2. Categoría de análisis***

##### **Categoría de análisis 1: Podcast**

**Definición.** Es una publicación periódica digital en formato de audio sobre temas variados, que puede ser escuchada en un sitio web, aplicación o descargarlo.

##### **Categoría de análisis 2: Periodismo deportivo**

**Definición.** Es la rama del periodismo que se encarga de informar y comentar sobre temas relacionados a diferentes deportes, sus representantes y los eventos que se llevan a cabo.

#### **2.1.3. Postura Teórica**

El podcast como herramienta de comunicación, en el ámbito digital ha tenido un gran efecto, las Tics a lo largo de la historia han enfocado que el desarrollo tecnológico

tendrá un realce esto se debe a las nuevas fuentes de comunicación que se dan día tras día a través del internet.

Según Castañeda (2020) En lo científico, a través de la aplicación de las teorías de la comunicación, desde los diferentes modelos propuestos por autores de diversas tradiciones investigativas, partiendo de la teoría matemática de Shannon y Weaver, hasta las tradiciones investigativas que abordan la comunicación y la plasman en un ecosistema digital (pág. 13)

En lo tecnológico, se retoman conceptos relativamente recientes relacionados con las características del lenguaje digital, tales como hipertextualidad, interactividad y multimedialidad. Estos conceptos se desarrollan desde perspectivas transmediáticas aplicadas a nuevos formatos, tales como los podcasts. Este último en sí, ya es un avance tecnológico puesto que es una herramienta efectiva en la divulgación de los mensajes clave de Confiar que le permite desarrollar productos financieros en mercados más (2020, pág. 14)

El podcast ha obtenido su desarrollo tras el impacto en el ámbito científico y tecnológico direccionado en la comunicación y el periodismo, que es donde actualmente tiene mayor fuerza y son los medios por el cual se realiza interacción, tras la búsqueda para satisfacer necesidades de conocimiento, entretenimiento, socialización entre otros.

## **2.2. HIPÓTESIS**

### **2.2.1. Hipótesis General**

Determinando que el podcast es una herramienta de comunicación muy relevante, mejorara el desarrollo comunicacional de los periodistas deportivos del círculo de periodistas de Los Ríos – año 2022.

### **2.2.2. Subhipótesis o derivadas**

- Analizando la importancia del podcast como una herramienta de comunicación mejorara la interacción de los periodistas deportivos en el círculo de periodistas de Los Ríos.
- Identificando las ventajas y desventajas del podcast como una herramienta de comunicación para periodistas deportivos se relacionará de manera positiva la interacción de los profesionales del círculo de periodistas de Los Ríos.
- Proponiendo un plan de capacitación sobre el podcast como herramienta de comunicación para periodistas deportivos mejorara el desarrollo comunicacional en el círculo de periodistas de Los Ríos.

### **2.2.3. Variables**

#### ***2.2.3.1. Variable independiente***

Podcast

#### ***2.2.3.2. Variable dependiente***

Periodismo deportivo

## **CAPÍTULO III**

### **3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas**

Los resultados del presente proyecto de investigación se obtuvieron gracias a la realización de una encuesta dirigida a periodistas de la provincia de Los Ríos. Además, la investigación bibliográfica y teórica que se llevó a cabo, sirvió como base para el correcto planteamiento de las preguntas efectuadas en la investigación de campo. Esto se realizó con el objetivo de entender la problemática planteada y proponer en base a la información obtenida una alternativa de solución factible y aplicable.

Esta investigación está organizada bajo el método inductivo-deductivo, el cual permite tomar casos particulares y analizarlos en un contexto más general, reflejando lo que hay en común en los fenómenos individuales.

Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. Las generalizaciones a las que se arriban tienen una base empírica, de las experiencias particulares, en las que los periodistas darán su punto de vista sobre el podcast.

La población estadística finita del proyecto se compone de los cuarenta y tres miembros del Círculo de periodistas deportivos de Los Ríos (CPDLR), a quienes se les envió una encuesta por Google Forms, cuyas respuestas pueden ser cuantificadas para su posterior análisis.

### 3.1.2. Análisis e interpretación de datos

Con el objetivo de recopilar información confiable, y verificable, se realizó una encuesta a los miembros del Círculo de Periodistas deportivos de Los Ríos, cuyas respuestas se detallan a continuación.

**Tabla 1: ¿Has escuchado alguna vez un podcast?**

<b>Alternativa de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	26	60,47%
No	7	16,28%
Escuché, pero no sabía que era un podcast	8	18,60%
No sé qué es	2	4,65%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

**Figura 1: ¿Has escuchado alguna vez un podcast?**



Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

Los datos recopilados reflejan que el 60,47% de los encuestados han escuchado alguna vez un podcast, mientras que el 18,60% había escuchado un podcast, pero sin saber que ese era el nombre específico de lo que estaban escuchando. Por otro lado, el 16,28% de los encuestados no había escuchado un podcast, y el 4,65% restante no sabía lo que es un podcast.



**Tabla 2: ¿Ha realizado en alguna ocasión un podcast?**

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	9	20,93%
No	28	65,12%
Lo hice pero no sabía que se llamaba podcast	4	9,30%
Tal vez	2	4,65%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR  
Elaborado por: Juan Echeverría

**Figura 2: ¿Ha realizado en alguna ocasión un podcast?**



Fuente: Miembros del CPDLR  
Elaborado por: Juan Echeverría

En las respuestas otorgadas por los miembros del Círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos se evidenció que el 20,93% de ellos había realizado con

anterioridad un podcast, sumado al 9,30% que lo había hecho, sin conocer el nombre técnico de la metodología empleada. Además, la mayor parte de los encuestados, es decir el 65,12% nunca ha realizado un podcast. Y el 4,65% restante no estaba seguro de haberlo hecho.

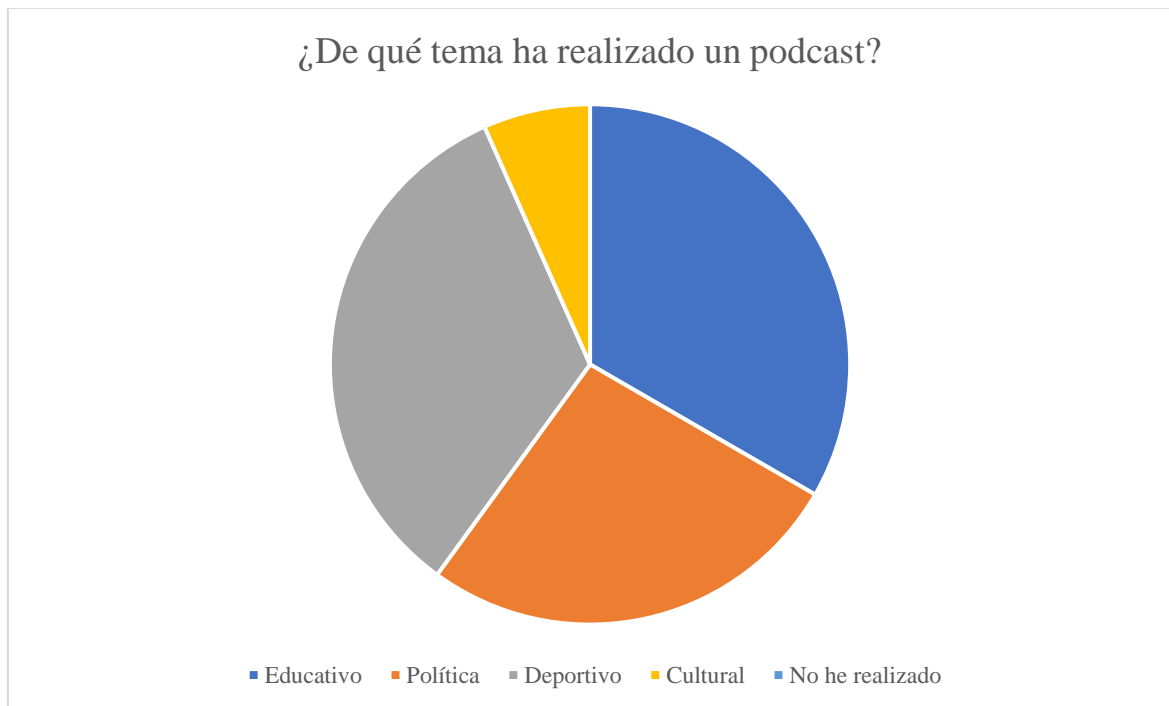
**Tabla 3: ¿De qué tema ha realizado un podcast?**

<b>Alternativa de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Educativo	5	11,63%
Política	4	9,30%
Deportivo	5	11,63%
Cultural	1	2,32%
No he realizado	28	65,12%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

**Figura 3: ¿De qué tema ha realizado un podcast?**



Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

Al preguntar por los temas de los que los periodistas encuestados habían realizado sus podcast, se encontraron los siguientes resultados, el 65,12% no había realizado podcast de ningún tema. El 11,63% realizó un podcast sobre temas educativos, el 9,30% sobre temas políticos, el 11,63% sobre temas deportivos y el 2,32% sobre temas culturales.

**Tabla 4: ¿Cuántos podcast escucha a la semana?**

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre 1 y 2	20	46,51%
Entre 2 y 4	3	6,98%
4 o más	4	9,30%
Ninguno	16	37,21%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

**Figura 4: ¿Cuántos podcast escucha a la semana?**



Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

Con respecto a la cantidad de podcast que los encuestados escuchan por semana, el 46,51% escucha entre 1 y 2 podcast, mientras que el 6,98% escucha entre 2 y 4, el

9,30% escucha más de 4 podcast a la semana, y el 37,21% restante no escucha ningún podcast a la semana.

**Tabla 5: ¿Qué aplicaciones utiliza para escuchar podcast?**

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Google podcast	6	13,95%
Spotify	17	39,54%
Youtube	2	4,65%
Apple podcast	2	4,65%
Ninguna	16	37,21%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR  
Elaborado por: Juan Echeverría

**Figura 5: ¿Qué aplicaciones utiliza para escuchar podcast?**



Fuente: Miembros del CPDLR  
Elaborado por: Juan Echeverría

En cuanto a las aplicaciones utilizadas habitualmente para escuchar podcast, los miembros del Círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos prefieren en un 39,54% Spotify, seguido por Google Podcast con 13,95%, Youtube con 4,65% y Apple Podcast con 4,65%. El 37,21% restante no utiliza ninguna de las aplicaciones puesto que no escuchan podcast.

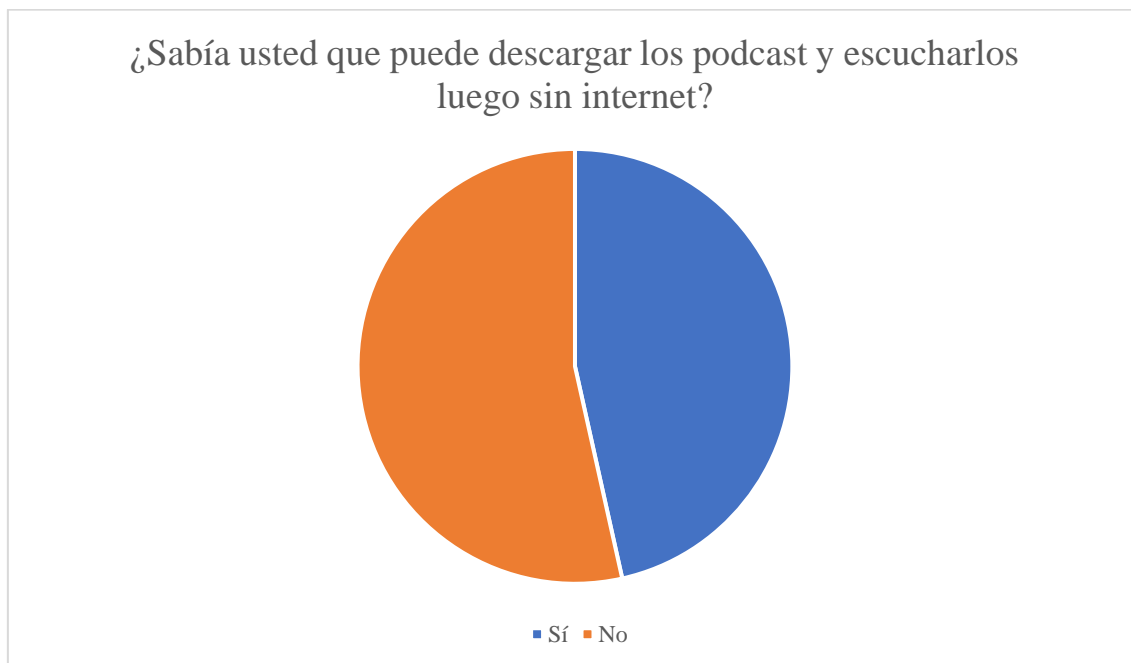
**Tabla 6: ¿Sabía usted que puede descargar los podcasts y escucharlos luego sin internet?**

<b>Alternativa de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	20	46,51%
No	23	53,49%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

**Figura 6: ¿Sabía usted que puede descargar los podcasts y escucharlos luego sin internet?**



Fuente: Miembros del CPDLR  
Elaborado por: Juan Echeverría

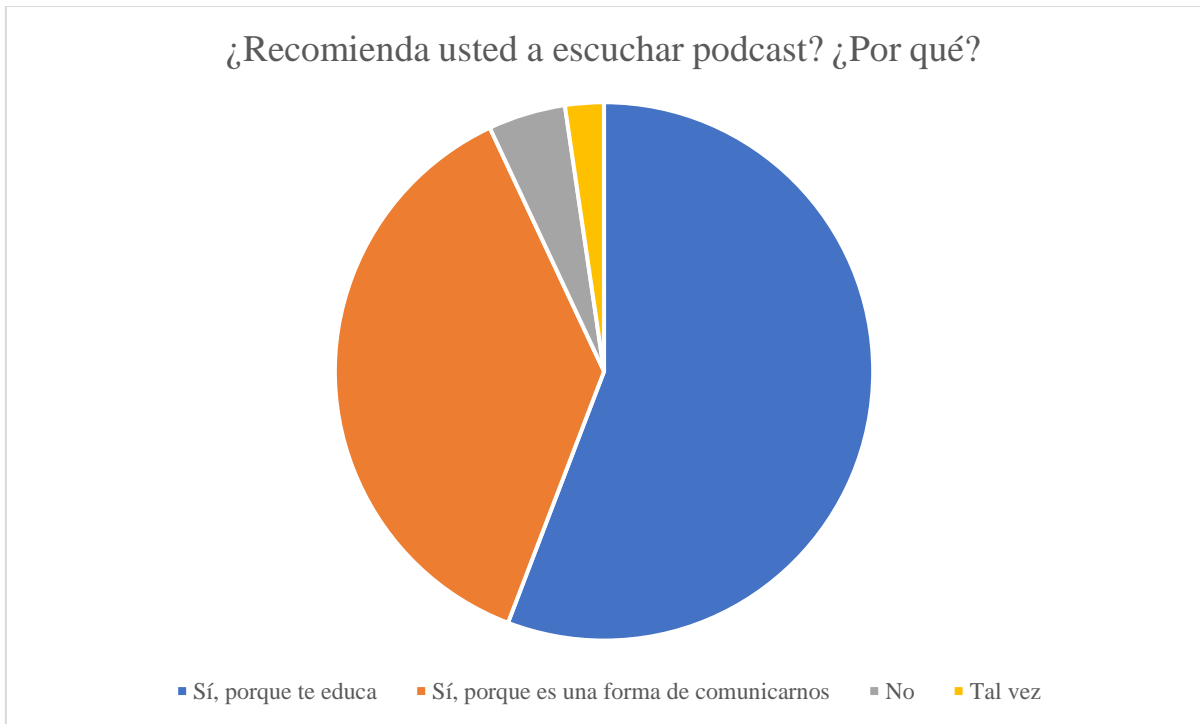
Con respecto a la pregunta sobre la opción que permite descargar los podcast para luego poder ser escuchados sin conexión a internet, el 46,51% de los encuestados conocía esta opción, mientras que el 53,49% no sabía que esto era posible.

**Tabla 7: ¿Recomienda usted a escuchar podcast? ¿Por qué?**

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí, porque te educa	24	55,81%
Sí, porque es una forma de comunicarnos	16	37,21%
No	2	4,65%
Tal vez	1	2,33%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR  
Elaborado por: Juan Echeverría

**Figura 7: ¿Recomienda usted a escuchar podcast? ¿Por qué?**



Fuente: Miembros del CPDLR  
Elaborado por: Juan Echeverría

Se le planteó a los encuestados la cuestión sobre recomendar a terceros escuchar podcast y por qué lo harían; a lo que el 55,81% lo recomendaría porque es educativo, el 37,21% lo recomendaría porque es una forma de mantenerse comunicado; mientras que el 2,33% no estaba seguro de recomendarlo, y el 4,65% restante no recomendaría a otros a escuchar podcast.



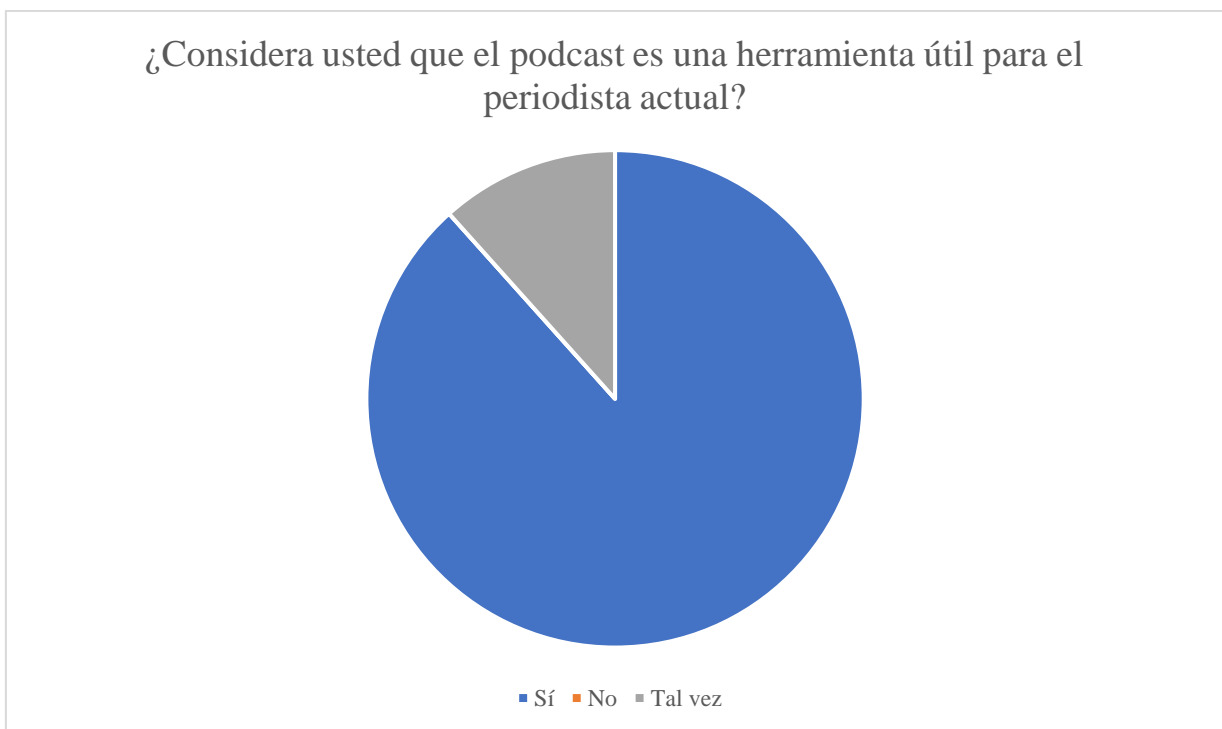
**Tabla 8: ¿Considera usted que el podcast es una herramienta útil para el periodista actual?**

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	38	88,37%
No	0	0,0%
Tal vez	5	11,63%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

**Figura 8: ¿Considera usted que el podcast es una herramienta útil para el periodista actual?**



Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

Se preguntó a los comunicadores encuestados si consideran que el podcast es una herramienta útil para los periodistas en la actualidad, el 88,37% respondió que sí, el

11,65% respondió que tal vez, y ninguno de ellos se mostró en desacuerdo total con el planteamiento.

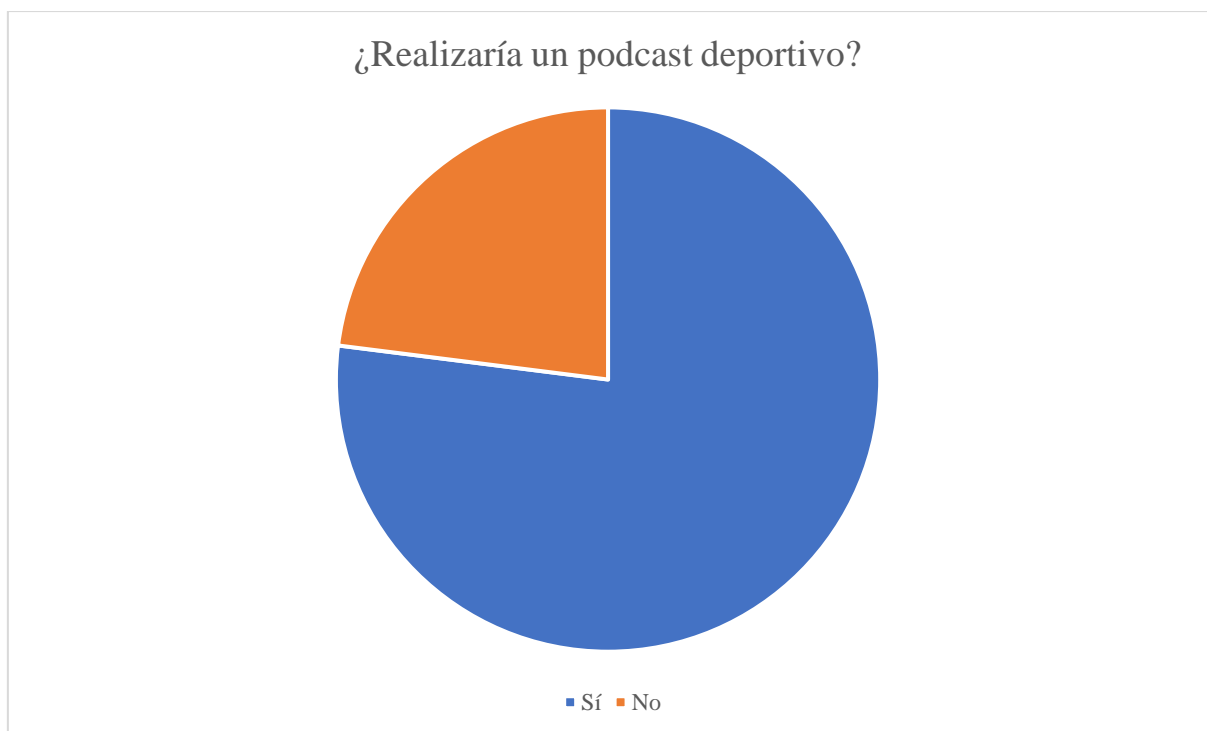
**Tabla 9: ¿Realizaría un podcast deportivo?**

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	34	79,07%
No	9	20,93%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

**Figura 9: ¿Realizaría un podcast deportivo?**



Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

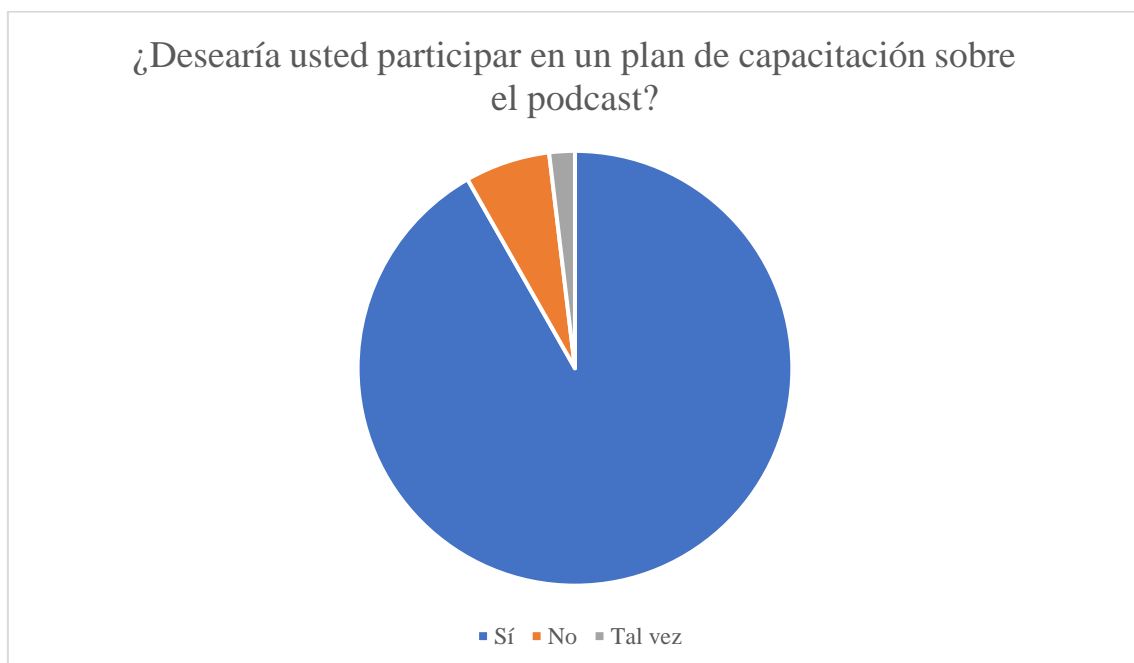
Los miembros del Círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos consideran en un 79,07% que realizarían un podcast sobre temas deportivos, mientras que el 20,93% restante no lo haría.

**Tabla 10: ¿Desearía usted participar en un plan de capacitación sobre el podcast?**

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	29	67,45%
No	2	4,65%
Tal vez	12	27,90%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR  
Elaborado por: Juan Echeverría

**Figura 10: ¿Desearía usted participar en un plan de capacitación sobre el podcast?**



Fuente: Miembros del CPDLR  
Elaborado por: Juan Echeverría

Por último, se consultó sobre la disposición de los encuestados para participar de un plan de capacitación sobre el podcast y su uso en el periodismo deportivo, a lo cual, el 67,45% respondió que sí, el 27,90% respondió que tal vez y el 4,65% respondió que no participaría.

## **3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

### **3.2.1. Específicas**

De la investigación realizada tanto bibliográficamente como en el campo, se concluye que el podcast es relevante como herramienta de comunicación para los periodistas deportivos de la provincia de Los Ríos que busquen actualizar la forma en la que comparten información con sus públicos.

Además, se puede concluir que existen múltiples ventajas en la utilización del podcast como herramienta de comunicación, ya que no requiere de conocimientos exhaustivos de tecnología, es de fácil acceso, se pueden escuchar desde cualquier parte del mundo, se puede realizar con cualquier dispositivo que grabe archivos de audio, como los celulares, sumado al hecho que es uno de los formatos de comunicación en auge en la actualidad.

Finalmente, se concluye que la implementación de un proyecto de capacitación sobre el podcast a los periodistas deportivos de la provincia de Los Ríos, será beneficioso para ellos y podrá así ampliar sus conocimientos sobre el tema y tener acceso a esta nueva forma de comunicación.

### **3.2.2. General**

Mediante la investigación realizada se pudo comprobar la incidencia que tiene el podcast como herramienta de comunicación eficaz, accesible y actual, por lo que el podcast puede ser utilizado de manera beneficiosa y satisfactoria por los miembros del Círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos.

## **3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

### **3.3.1. Específicas**

En base a los resultados obtenidos de esta investigación, se recomienda el uso del podcast como herramienta de comunicación para los periodistas deportivos de la provincia de Los Ríos que busquen innovar la forma en la que comparten con sus públicos, y quieran ampliarlo a aquellos que interesados en el deporte que se desenvuelven en el entorno digital.

Asimismo, se sugiere considerar las ventajas que el podcast como herramienta de comunicación digital ofrece, y emplearlas en beneficio de la creación de contenido informativo para todos los públicos que en la actualidad acuden a las redes sociales y al internet para mantenerse actualizado e informado sobre sus temas de interés y lo que ocurre en el país y el mundo.

Por último, se recomienda desarrollar un programa de capacitación en el uso y creación de podcast deportivos, que presente de manera clara las diferentes utilidades del sistema de grabación de audio, para que pueda ser implementado satisfactoriamente por quienes lo requieran o deseen.

### **3.3.2. General**

En base a la investigación desarrollada, se recomienda la implementación del podcast como herramienta de comunicación para los miembros del Círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos, ya que permitirá acceder, mediante nuevas plataformas, a nuevos públicos interesados en las noticias deportivas, en un entorno digital.

## **CAPÍTULO IV**

### **4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1.1. Alternativa obtenida**

Desarrollar e impartir un taller de capacitación para los miembros del Círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos, en el que se brinden las herramientas y conocimientos necesarios para la implementación del podcast en la labor periodística de los participantes, mediante contenidos teórico-prácticos.

#### **4.1.2. Alcance de la alternativa**

Buscando cumplir uno de los objetivos de esta investigación se propone la creación e implementación de un taller teórico-práctico para los miembros del Círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos.

Dicho taller pretende compartir de manera vivencial las ventajas que el uso del podcast tiene en la labor periodística, y motivar su utilización de manera frecuente. Se abarcarán los principales conceptos, que permitirán entender de mejor manera el podcast como herramienta de comunicación.

Asimismo, se realizarán ejercicios prácticos que posibiliten la familiarización con las diferentes plataformas y herramientas digitales en la realización, creación y publicación de los podcasts.

Por último, se trabajará en la creación de un podcast periodístico deportivo como ejercicio final y recopilatorio del taller.

Todo esto con el fin de incentivar el uso del podcast en el periodismo deportivo de manera habitual y permanente.

### **4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa**

#### ***4.1.3.1. Antecedentes***

El podcast ha sido utilizado como herramienta comunicativa desde 2004. Su similitud con los programas tradicionales de radio es considerable, sin embargo, la era digital ha supuesto varias diferencias realmente ventajosas en comparación a su par radial.

Estos archivos de audio descargables, son secuenciales y periódicos, por lo que son muy útiles cuando de continuidad se trata, ya que su formato de secuencia evita que sea algo repetitivo y monótono.

Es también el podcast de muy fácil acceso para cualquier persona que tenga un dispositivo electrónico, y dado que es posible descargarlo para ser escuchado después, no es necesario tener conectividad al internet para disfrutar de un capítulo de podcast.

Su difusión masiva a través de las diversas plataformas de redes sociales, le dan la posibilidad de alcanzar grandes públicos con un mínimo de inversión, por lo que de ser comercializados, llegan a ser muy rentables.

Sin embargo, entre los miembros del Círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos se evidencia un alto nivel de desconocimiento de las ventajas de implementar esta herramienta en su labor periodística, influenciado también por el hecho de que no todos han escuchado el término, o no ha podido disfrutar aun de un podcast de primera mano, por lo que el tema es desconocido y por lo tanto no ha sido aplicado.



#### **4.1.3.2. Justificación**

El desarrollo del proyecto de creación de un taller sobre la utilización del podcast se justifica gracias a la poca información sobre el tema que algunos de los miembros del Círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos tienen, y dado que este desconocimiento ha prevenido la utilización de esta herramienta en la labor periodística, se considera necesario cubrir la brecha de desinformación para así aprovechar las ventajas que el podcast presenta.

El contenido del taller contribuirá a los periodistas deportivos la información necesaria para desarrollar, crear, publicar y difundir sus propios podcasts; el uso correcto de las principales herramientas tecnológicas para la creación de los mismos, y las ventajas de la utilización de la tecnología digital en el periodismo de información.

Se considera de gran importancia el conocimiento de todas las herramientas y posibilidades que la era tecnológica brinda, tanto para los periodistas que crean el contenido y comparten la información, como para el público que busca activamente estar informado de las últimas novedades y opiniones sobre sus temas de interés.

Por lo expuesto anteriormente, la creación del taller propuesto es pertinente en el contexto que se aborda y necesario para cumplir los objetivos de la investigación.

## **4.2. OBJETIVOS**

### **4.2.1. Objetivo general**

Crear un taller teórico-práctico sobre el podcast como herramienta de comunicación para diversificar la labor de los periodistas deportivos de la provincia de Los Ríos.

### **4.2.2. Objetivos específicos**

- Desarrollar un cronograma que combine elementos teóricos y prácticos sobre la creación y uso del podcast.
- Aplicar el contenido estructurado del taller a los miembros del Círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos.
- Dirigir el contenido del taller con los interesados en la propuesta.

## **4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA**

### **4.3.1. Título**

Taller de creación de podcast como herramienta de comunicación para periodistas deportivos de Los Ríos.

### **4.3.2. Componentes**

La realización de la propuesta se desarrollará en base a los objetivos previamente expuestos de la siguiente manera.

- Desarrollo del cronograma que combine elementos teóricos y prácticos sobre la creación y uso del podcast.

- Estructuración del contenido del taller a ser impartido a los miembros del Círculo de Periodistas Deportivos de Los Ríos.
- Socialización del contenido del taller con los interesados en la propuesta.

## **CONTENIDO DEL TALLER**

### **Tema 1: ¿Qué es un podcast?**

En este primer acercamiento con los participantes del taller se brindará información sobre el podcast, sus orígenes, y sus principales usos; todo esto acompañado de ejemplos reales de podcasters reconocidos en diferentes áreas de la comunicación.

#### *Aspectos a estudiar*

- Los podcasts son archivos de audio que se comparten en plataformas en Internet.
- Los podcasts son una opción para quienes buscan consumir contenido y entretenimiento mientras realizan otras actividades, gracias a su condición de ser exclusivamente de audio. Es muy utilizado por personas que gustan de estar informados, pero cuentan con poco tiempo para consumir dicha información en formatos visuales.
- Los podcasts se pueden utilizar para transmitir opiniones, conferencias, debates, noticias, narrativa de ficción, tutoriales sobre temas variados, entre otros.
- Los podcasts han ganado popularidad entre los profesores por su practicidad.
- Los podcasts han tenido un gran auge a partir de la transición a la virtualidad que el mundo entero vivió a consecuencia de los confinamientos durante la crisis sanitaria del Covid-19.

### ***Tiempo estimado***

- Teórico: 60 minutos
- Práctico: 0 minutos

### **Tema 2: Elegir el tema**

Con las bases conceptuales asentadas en la primera sesión, esta segunda entrega se enfocará en aspectos más puntuales para la creación de un podcast. La información será reforzada con el análisis de un podcast existente, y se complementará con un primer paso práctico del taller, que será efectuar desde un proyecto personal, el paso a paso estudiado en la sesión.

### ***Aspectos a estudiar***

- El primer paso siempre será elegir el tema del que se quiere hablar.
- La importancia de focalizar la atención en un tema específico.
- Evitar divagaciones entre dos o más temas de interés que puedan desviar la atención del público o agobiarlo con demasiada información no relacionada, ni interconectada.
- Elegir un tema específico y desglosarlo en todos sus posibles componentes.
- Escoger contenido de información u opinión que agregue valor al público.
- Categorizar los diferentes aspectos del tema escogido.
- Práctica: elegir el tema a tratar en su podcast.

### *Tiempo estimado*

- Teórico: 40 minutos
- Práctico: 20 minutos

### **Tema 3: Definir los participantes del podcast**

En este punto, los participantes del taller han podido definir el tema que le gustaría abordar en su podcast personal, por lo que es momento de escoger la forma en la que presentarán su información.

### *Aspectos a estudiar*

- Los podcasts con más de un participante resultan más dinámicos.
- La cantidad de participantes debe estar supeditada al tema escogido y a las particularidades del caso.
- Se pueden aplicar varios formatos y estructuras para presentar el contenido, como por ejemplo entrevistas, debates, conversaciones entre dos o más personas.
- Si el tema lo permite y requiere, puede resultar beneficioso tener como invitados a consultores o expertos en determinados temas para que compartan su opinión con el presentador original y con el público.
- Si por el contrario el tema resulta más efectivo al ser tratado por una sola persona, es preferible esa opción.
- Práctica: definir a los participantes de su podcast.

### *Tiempo estimado*

- Teórico: 40 minutos
- Práctico: 20 minutos

### **Tema 4: El contenido del podcast**

Es de vital importancia que el contenido a tratarse en el podcast sea planificado con anterioridad. Esto evitará dejar fuera aspectos importantes de tema y la divagación o repetición de ideas menos importantes. Además, le dará mayor calidad a la pieza informativa y llegará con más claridad a quienes la escuchan.

### *Aspectos a estudiar*

- Elaboración de un guion o escaleta de la información a tratarse.
- La fluidez del contenido se asocia a la calidad del mismo de manera directa.
- El guion puede contener solo los temas principales, así como también anotaciones sobre datos estadísticos, fechas, referencias o ideas compartidas previamente por terceros, libros, autores o instituciones.
- La estructuración del contenido permitirá conocer la duración aproximada de la pieza.
- Práctica: Realizar el guion de su podcast.

### *Tiempo estimado*

- Teórico: 20 minutos
- Práctico: 40 minutos

## **Tema 5: Preparación vocal**

Dada su condición auditiva es de vital importancia que el público pueda entender con claridad lo que el autor del podcast está diciendo, esto a su vez garantiza la calidad de la pieza y motiva a los oyentes a seguir la secuencia del podcast y sus futuras publicaciones.

### ***Aspectos a estudiar***

- La dicción y el tono de voz apropiados son vitales en la creación de un podcast.
- Dependiendo del tema, el tono de voz aportará dinamismo o dramatismo a la narración.
- La calidad del material dependerá de la calidad de la grabación de la voz.
- Practicar antes de grabar aporta fluidez y seguridad al comunicador.
- Estudiar el guion con anterioridad permitirá más fluidez al grabar.
- Grabar varias tomas y elegir la mejor es una buena opción si se requiere controlar los cambios en la voz.
- Práctica: ejercicios de voz y vocalización.

### ***Tiempo estimado***

- Teórico: 25 minutos
- Práctico: 35 minutos

## **Tema 6: El equipo de grabación**

Los participantes están listos para empezar a considerar los aspectos técnicos de la elaboración de un podcast.

### *Aspectos a estudiar*

- Un podcast requiere poca inversión económica ya que utiliza pocos instrumentos.
- Un buen micrófono es la clave de calidad, ya que captar el audio adecuadamente promueve una mejor experiencia para el oyente.
- En el mercado se encuentran múltiples opciones de micrófonos, con distintos precios y características.
- Es posible utilizar micrófonos de condensador, de solapa, de conexión USB, e incluso el micrófono integrado en los celulares inteligentes.
- El espacio elegido es tan importante como el micrófono.
- El lugar de grabación debe estar alejado o aislado de ruidos externos e interferencias.
- La grabación debe estar libre de voces externas que imposibiliten la edición del material sin sacrificar parte del texto original.
- Tener los materiales e ideas organizadas previene los cortes, interrupciones o repeticiones en exceso durante la grabación, además de que garantiza la secuencialidad del podcast.
- Práctica: Prueba de los micrófonos disponibles.



### *Tiempo estimado*

- Teórico: 30 minutos
- Práctico: 30 minutos

### **Tema 7: Grabación del podcast**

En este punto del taller, los participantes han trabajado en toda la pre producción de su podcast, por lo que es el momento de realizar la grabación del mismo.

### *Aspectos a estudiar*

- Grabación de los podcasts de los participantes del taller.

### *Tiempo estimado*

- Teórico: 0 minutos
- Práctico: 120 minutos

### **Tema 8: Edición del podcast**

Después de grabar el podcast es necesario que pase por un proceso de edición antes de poder ser compartido con el público.

### *Aspectos a estudiar*

- La edición se realiza para corregir cualquier falla que haya surgido durante el proceso de grabación, y garantizar la calidad del producto final.

- Es común encontrar en la grabación ligeros sonidos no deseados que deben ser cortados de la secuencia final.
- El audio debe ser nivelado para evitar bajones o subidas del volumen que sean disruptivos en la narrativa.
- En los casos en los que hay más de un participante en el podcast es importante verificar que todas voces puedan ser escuchadas al mismo nivel sin que el usuario tenga la necesidad de subir o bajar el volumen de su dispositivo.
- En la edición se pueden quitar partes innecesarias como errores del locutor, confusiones de datos, o largas pausas.
- En esta etapa se pueden agregar efectos de sonido que refuercen las ideas compartidas, o piezas musicales que le brinden emocionalidad al contenido.
- Para elegir la música o los efectos sonoros es necesario tomar en cuenta el tema, la intención del comunicador.
- El exceso de efectos de sonido o su ubicación en momentos inoportunos puede ser un problema para el producto final y desalentar al oyente.
- Práctica: editar su podcast.

### *Tiempo estimado*

- Teórico: 30 minutos
- Práctico: 90 minutos

## **Tema 9: Publicación del podcast**

Cuando el podcast de cada uno de los participantes ha sido editado, es momento de pensar en la publicación del mismo, y elegir el mejor lugar y momento para hacerlo.

### *Aspectos a estudiar*

- Existe una gran variedad de plataformas para alojar archivos de audio, muchas de ellas son de acceso gratuito tanto para el creador del contenido, como para el público oyente.
- Las plataformas ofrecen las herramientas necesarias para la publicación del podcast.
- El uso de las plataformas requiere que se cree una cuenta, usualmente con el correo electrónico, en el que se puede crear un perfil personal, compartir datos del podcaster, configurar el contenido y la visualización del mismo.
- Práctica: crear una cuenta en una plataforma para podcast y publicarlo.

### *Tiempo estimado*

- Teórico: 30 minutos
- Práctico: 30 minutos

## **Tema 10: Divulgación y promoción del podcast**

Una vez que el podcast ha sido publicado, se espera que este sea escuchado por la mayor cantidad de público posible, por lo que una estrategia de promoción y divulgación es necesaria en esta etapa.

### *Aspectos a estudiar*

- Identificar el público objetivo del podcast y las plataformas que más utilizan.
- Los canales habituales, como las redes sociales, son apropiados para promocionar un podcast.
- El mensaje que acompaña la publicación debe ser atractivo y responder a las necesidades de búsqueda del público.
- Compartir pequeños fragmentos del contenido, o resaltar la presencia de un invitado puede resultar efectivo como motivación para escuchar la pieza completa.
- Crear expectativa en torno al contenido, engancha al público oyente, sobre todo cuando el podcast es parte de una serie ya existente.
- La promoción de pago es una opción si lo que se espera es una divulgación más rápida a un público más amplio.
- La mayoría de las redes sociales y plataformas cuentan con una opción para promocionar el contenido entre sus usuarios.
- La promoción de pago permite llegar a usuarios que nunca han estado en contacto con las publicaciones o el perfil del creador del podcast, pero gustan de contenido de ese tipo, gracias al algoritmo de selección de público para la promoción.
- Práctica: divulgar el podcast creado en las diferentes redes sociales de los participantes.

### *Tiempo estimado*

- Teórico: 30 minutos

- Práctico: 30 minutos

### **Tema 11: Medición de los resultados del podcast**

Como punto final del taller, es necesario evaluar los resultados obtenidos con el trabajo realizado. Esto permitirá medir el alcance del podcast y también la idoneidad o inclinación del participante para repetir la experiencia de creación de un podcast deportivo.

#### ***Aspectos a estudiar***

- Las plataformas de publicación y promoción cuentan con un sistema de medición del público alcanzado.
- Evaluar los resultados permite identificar los aspectos de mayor interés del público, y el motivo de los buenos resultados.
- En el caso de tener malos resultados, pueden ser utilizados como indicadores de las carencias de la publicación o de las inclinaciones y preferencias del público.
- Los resultados permiten conocer cuántas veces el podcast fue escuchado, cuantas fue descargado, en qué países o lugares fue más popular, las edades en promedio del público que lo escuchó y la cantidad de tiempo que escucharon el material.
- Todos los resultados pueden ser utilizados para definir el enfoque de próximos podcasts.
- Práctica: medir los resultados de la publicación de podcast y evaluar si repetirían la experiencia como parte de su quehacer periodístico.

### *Tiempo estimado*

- Teórico: 30 minutos
- Práctico: 30 minutos

#### **4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA**

El desconocimiento de las ventajas de la utilización del podcast, así como de las implicaciones técnicas y tecnológicas probaron ser de influencia en la actual situación del podcast como parte del periodismo deportivo, por lo que la implementación del taller pretende suplir toda la información necesaria, para que el podcast pueda ser utilizado de manera habitual en el entorno periodístico de la provincia de Los Ríos.

Una vez finalizado el taller, los participantes contarán con todas las herramientas necesarias para la elaboración y publicación de un podcast, por lo que podrán decidir en base a la experiencia vivida si implementan o no en su quehacer periodístico deportivo el uso del podcast como herramienta de comunicación.

Por otra parte, se espera que la propuesta de taller de creación de podcast pueda ser extendida al público interesado en la utilización de esta herramienta para la comunicación de sus ideas, o proyectos personales o laborales, por lo que se espera que pueda ser socializada con el público en general, para aquellos que, a pesar de no ser miembros del Círculo de Periodistas, quieran beneficiarse de la propuesta y de la herramienta en sí misma.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, J. L. (2007). F.4. Podcast. *Gale Onefile*, 5-7. Obtenido de <https://go.gale.com/ps/i.do?p=IFME&u=googlescholar&id=GALE|A424990943&v=2.1&it=r&sid=googleScholar&asid=b9e5ed10>
- Alonso, A. S. (2019). Los nuevos canales del periodismo deportivo: iVoox y YouTube. *Facultad de comunicacion Universidad de Sevilla*, 18. Obtenido de [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/102051/1/PER\\_SORIAALONSO\\_TFG.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/102051/1/PER_SORIAALONSO_TFG.pdf?sequence=1)
- Bermeo, A., & Piedra, J. (2016). Propuesta de una radio deportiva on line emitida desde Ecuador. Universidad del Azuay.
- Blanco, M., López, A., & Rodero, E. (2008). Podcast como medio de comunicación en internet. *Conferencia IADIS Ibero-Americana*, (págs. 569-572).
- Blanco, S. (2006). *El podcast: situación actual en el mundo hispano hablante*. Malaga: University of Malaga. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/228460582\\_El\\_podcast\\_situacion\\_actual\\_en\\_el\\_mundo\\_hispano\\_hablante](https://www.researchgate.net/publication/228460582_El_podcast_situacion_actual_en_el_mundo_hispano_hablante)
- Castañeda, A. G. (2020). El podcast como herramienta de comunicación para el aumento de la audiencia. *Corporación Universitaria Lasallista*, 13. Obtenido de [http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/2675/1/Podcast\\_como\\_herramienta\\_comunicacion\\_Confiar.pdf](http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/2675/1/Podcast_como_herramienta_comunicacion_Confiar.pdf)
- Checa, F. (2013). *El uso del podcast y wikis como herramienta de generacion y gestion de conocimiento*. Madrid: EMUI\_ EuroMed University, Salento. Obtenido de

[https://www.researchgate.net/publication/274711952\\_El\\_uso\\_del\\_podcast\\_y\\_wikis\\_como\\_herramientas\\_de\\_generacion\\_y\\_gestion\\_de\\_conocimiento](https://www.researchgate.net/publication/274711952_El_uso_del_podcast_y_wikis_como_herramientas_de_generacion_y_gestion_de_conocimiento)

Fernández, I. M., & M<sup>a</sup> Mar Sanchez Vera. (2010). APRENDIENDO EN CUALQUIER LUGAR: EL PODCAST. *Medios y Educación*, 125-139. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/368/36815128010.pdf>

García-Marín, D. (2018). La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting. *Ediciones Complutense*, 182-196. Obtenido de <file:///C:/Users/JUAN%20FERNANDO/Downloads/63723-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4564456564042-2-10-20190507.pdf>

Glikman, A. (2021). *Ámbito*. Obtenido de <https://www.ambito.com/lifestyle/podcasts/imparable-llego-la-era-los-podcast-y-nada-lo-detiene-n5286863>

Guerrero, B. Q. (2017). El podcast como herramienta para la innovación. *comunicación universitarios\**, 81-100. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/angr/v15n30/1692-2522-angr-15-30-00081.pdf>

Him, G. E. (2009). El Podcast como herramienta de comunicación aplicada. *FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES "FRANCISCO GAVIDIA"*, 25. Obtenido de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/03/CMN/ADCP0001180.pdf>

Legorburu, J. M. (2021). *Reportaje sonoro y podcasting, el despertar de un género dormiente en España*. España: Ediciones Complutenses. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/71204>



Mendoza, I. (2013). Radio: importancia breve historia. *UTEL Editorial*, 10. Obtenido de <https://utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/breve-historia-de-la-radio/#:~:text=Los%20primeros%20antecedentes%20de%20la,Morse%2C%20con%20el%20c%C3%B3digo%20morse.>

Moreno, I. M. (2013). LOS PODCAST Y SU NATURALEZA EDUCATIVA. *LA RADIO COMO RECURSO DIDÁCTICO EN EL AULA DE INFANTIL Y*, 29-46. Obtenido de [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/12382/60181\\_4.pdf?se](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/12382/60181_4.pdf?se)

Páez, G. (2012). El podcast como herramienta de comunicación del Comité Olímpico Colombiano. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Parra, S. (03 de mayo de 2011). *el primer podcast de la historia*. Obtenido de el primer podcast de la historia: <https://www.xatakaciencia.com/tecnologia/el-podcast-de-1889-el-primer-podcast-de-la-historia>

Porlán, I. G., & M<sup>a</sup> Trinidad Rodríguez Cifuentes. (2010). Haciendo historia del podcast. *historia\_podcats*, 1-15. Obtenido de [https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/37469/1/capitulo2\\_historia\\_podcats.pdf](https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/37469/1/capitulo2_historia_podcats.pdf)

Portilla, C. S. (2019). El Pódcast: un Medio y una forma de comunicacion. *Acta Herediana vol. 62*, 130. Obtenido de <file:///C:/Users/JUAN%20FERNANDO/Downloads/3615-Texto%20del%20art%C3%ADculo-10272-1-10-20191105.pdf>

Rivera Salas, P. E. (2019). Evaluación de los podcasts de noticias. *dialnet*, 109-123. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6856041>

Saborío Taylor, S. (2018). Podcasting: Una herramienta de comunicación en el entorno virtual. *Innovaciones Educativas*(29), 95- 103.

Salas, P. E. (2019). EVALUACIÓN DE LOS PODCASTS DE NOTICIAS. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 112. Obtenido de file:///C:/Users/JUAN%20FERNANDO/Downloads/Dialnet-EvaluacionDeLosPodcastsDeNoticias-6856041.pdf

Sánchez Quishpe, G. E. (2021). *ANÁLISIS DEL PODCAST COMO HERRAMIENTA PERIODÍSTICA EN EL*. Babahoyo.

Sellas, T. (2011). *El poscating La revolucion sonora*. Barcelona: Editorial UOC. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=k0dmIH8wI-8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=k0dmIH8wI-8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Tobar, E. (2017). *Uso del podcast en la educación*. Guatemala: elearningmasters.galileo. Obtenido de <http://elearningmasters.galileo.edu/2017/11/21/uso-del-podcast-en-la-educacion/>

Tobar, E. G. (2021). *La revitalización de los podcast*. El Salvador: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/68373/3/TFM%20Edmee%20Georgina%20Vela%CC%81squez%20Tobar.pdf>

## ANEXOS

### ENCUESTA

1. ¿Has escuchado alguna vez un podcast?

Sí

No

No sé qué es

Escuché, pero no sabía que se llamaba podcast

2. ¿Has realizado en alguna ocasión un podcast?

Sí

No

Lo hice, pero no sabía que se llamaba podcast

Tal vez

3. ¿De qué tema ha realizado un podcast?

Política

Deportivo

Cultural

Educativo

Otro

4. ¿Cuántos podcast escucha a la semana?

Ninguno

Entre 1 y 2

Entre 2 y 4

4 o más

5. ¿Qué apps utiliza para escuchar el podcast?

Spotify

iVoox

Google podcast

Apple podcast

Otro

6. ¿Sabía usted que puede descargar los podcast y escucharlos luego sin internet?

Sabía que se podía descargar

No sabía que se podía descargar

Sí sabía que se descargaba y se escuchaba sin internet

7. ¿Recomienda usted escuchar podcast?

Sí, porque te educa

No, porque te hace perder el tiempo

Sí, porque es una forma de comunicarnos

Otro

8. ¿Considera usted que el podcast es una herramienta útil para el periodista actual?

Sí

No

Tal vez

9. ¿Realizaría un podcast deportivo?

Sí, porque me gusta informar de deporte

Lo he realizado, pero no sabía que se llamaba podcast

No

10. ¿Desearía usted participar en una capacitación sobre el podcast?

Sí

No

Tal vez

## RESULTADOS ESTADÍSTICOS

### ¿Has escuchado alguna vez un podcast?

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	26	60,47%
No	7	16,28%
Escuché, pero no sabía que era un podcast	8	18,60%
No sé qué es	2	4,65%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría



Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

### ¿Ha realizado en alguna ocasión un podcast?

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	9	20,93%
No	28	65,12%
Lo hice pero no sabía que se llamaba podcast	4	9,30%
Tal vez	2	4,65%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría



Fuente: Miembros del CPDLR

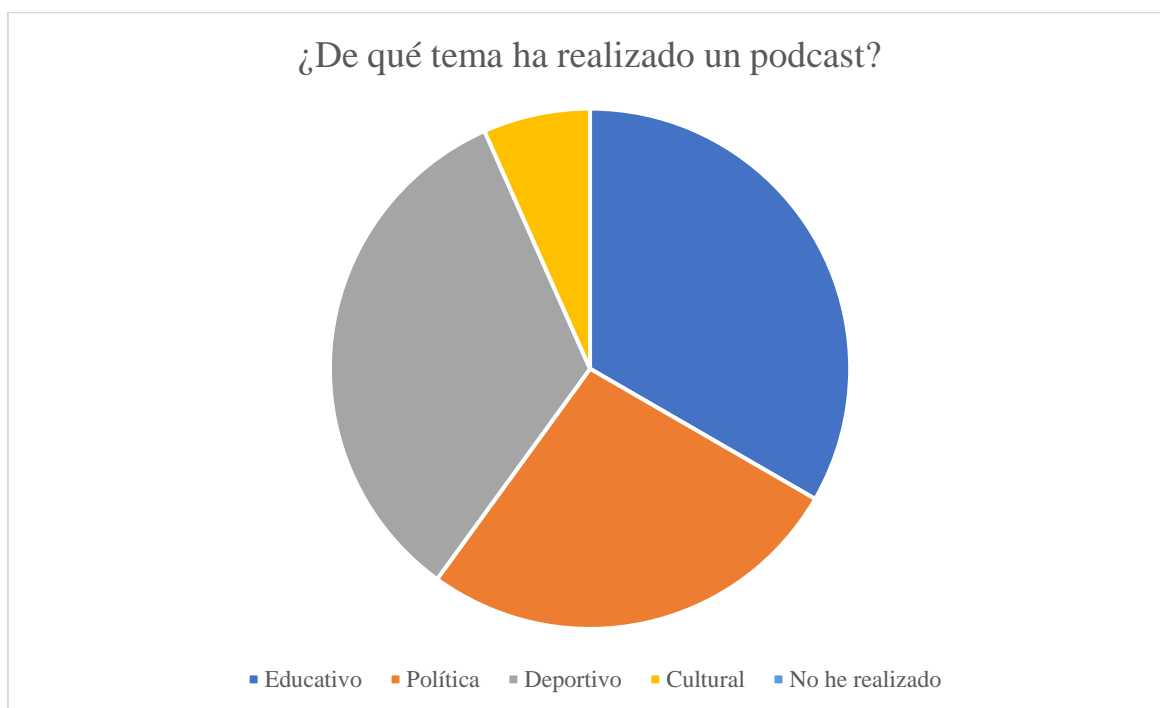
Elaborado por: Juan Echeverría

### ¿De qué tema ha realizado un podcast?

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Educativo	5	11,63%
Política	4	9,30%
Deportivo	5	11,63%
Cultural	1	2,32%
No he realizado	28	65,12%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría



Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría



### ¿Cuántos podcast escucha a la semana?

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre 1 y 2	20	46,51%
Entre 2 y 4	3	6,98%
4 o más	4	9,30%
Ninguno	16	37,21%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría



Fuente: Miembros del CPDLR

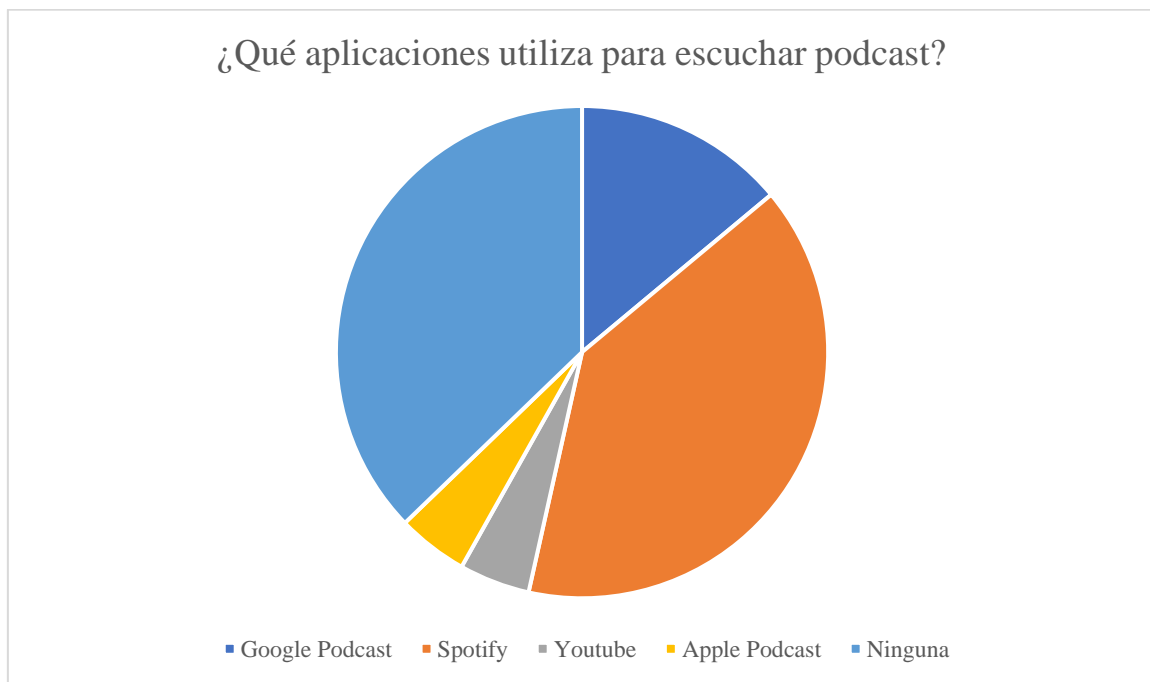
Elaborado por: Juan Echeverría

### ¿Qué aplicaciones utiliza para escuchar podcast?

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Google podcast	6	13,95%
Spotify	17	39,54%
Youtube	2	4,65%
Apple podcast	2	4,65%
Ninguna	16	37,21%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría



Fuente: Miembros del CPDLR

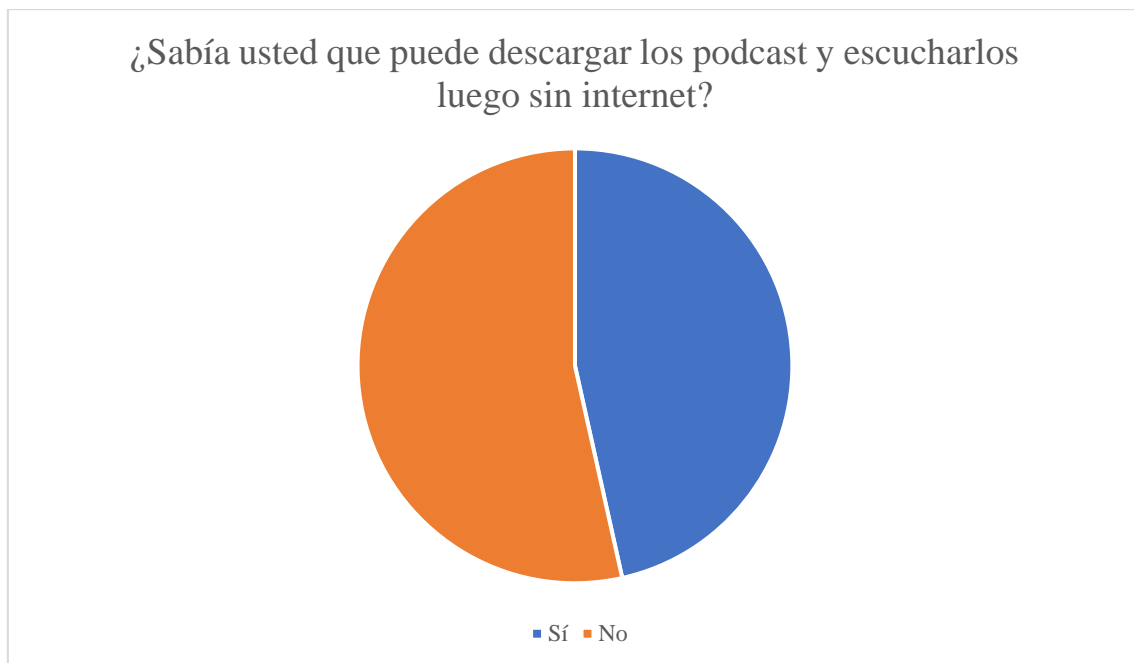
Elaborado por: Juan Echeverría

**¿Sabía usted que puede descargar los podcast y escucharlos luego sin internet?**

<b>Alternativa de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	20	46,51%
No	23	53,49%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría



Fuente: Miembros del CPDLR

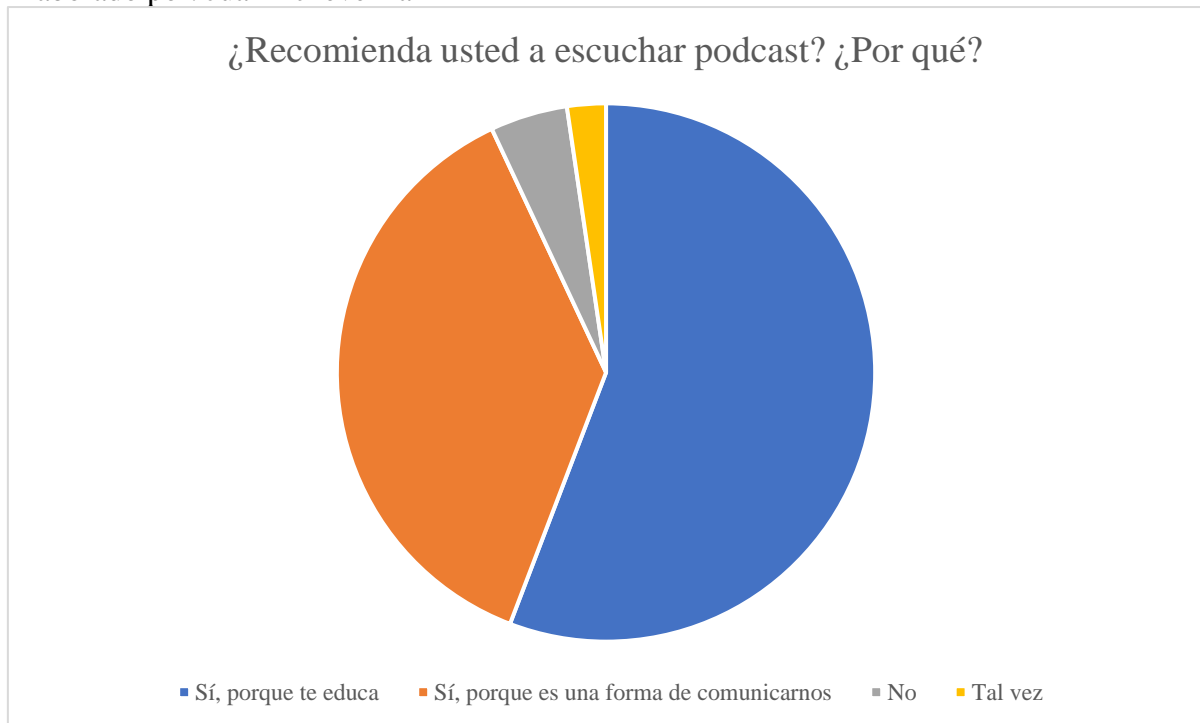
Elaborado por: Juan Echeverría

### ¿Recomienda usted a escuchar podcast? ¿Por qué?

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí, porque te educa	24	55,81%
Sí, porque es una forma de comunicarnos	16	37,21%
No	2	4,65%
Tal vez	1	2,33%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría



Fuente: Miembros del CPDLR

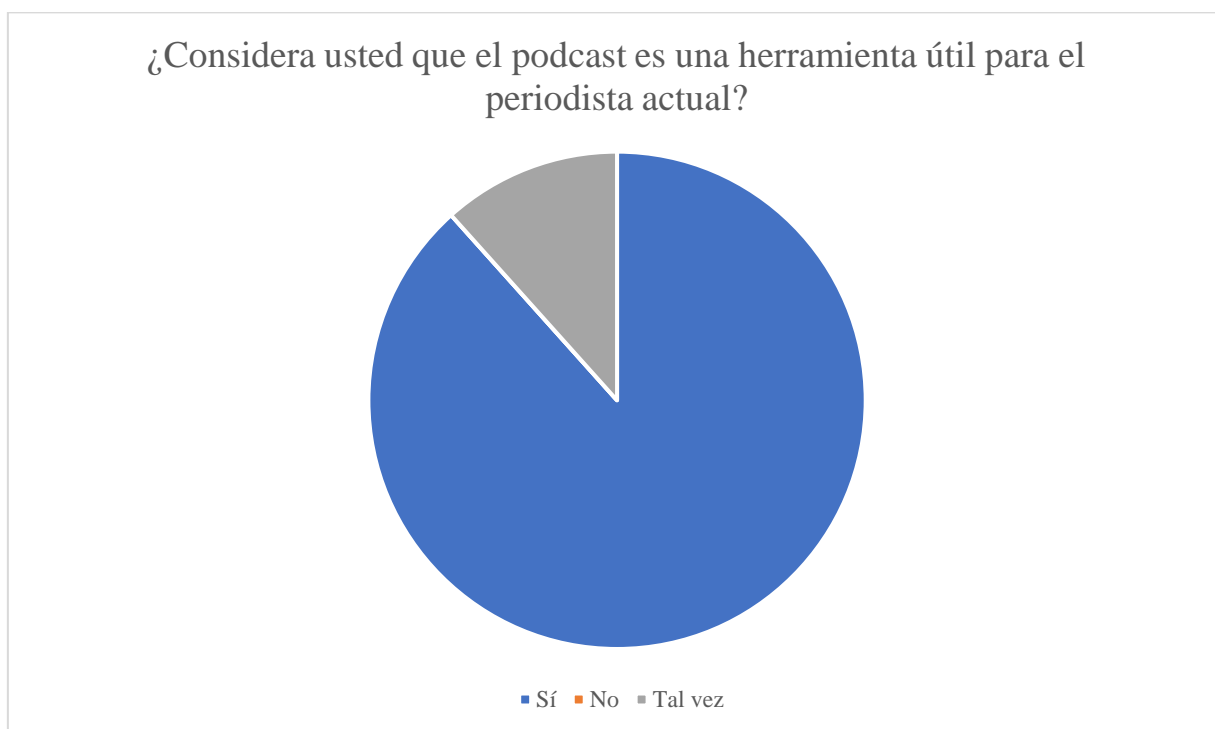
Elaborado por: Juan Echeverría

**¿Considera usted que el podcast es una herramienta útil para el periodista actual?**

<b>Alternativa de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	38	88,37%
No	0	0,0%
Tal vez	5	11,63%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría



Fuente: Miembros del CPDLR

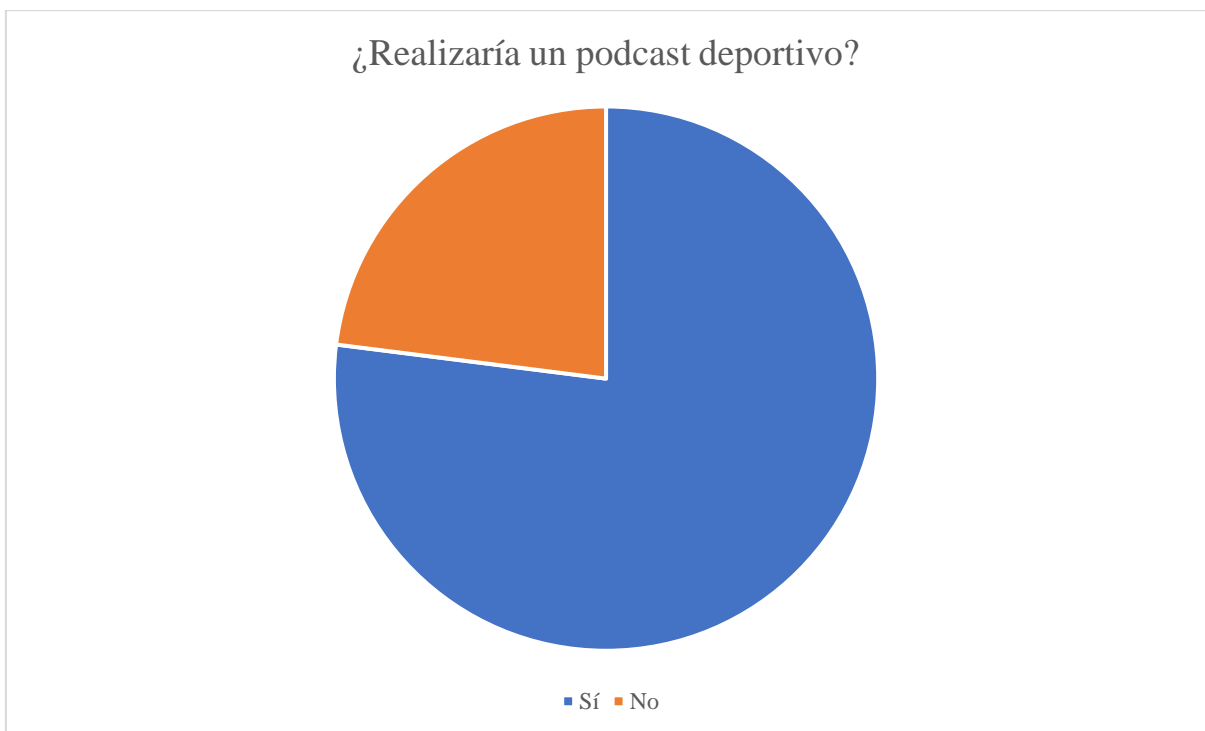
Elaborado por: Juan Echeverría

### ¿Realizaría un podcast deportivo?

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	34	79,07%
No	9	20,93%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría



Fuente: Miembros del CPDLR

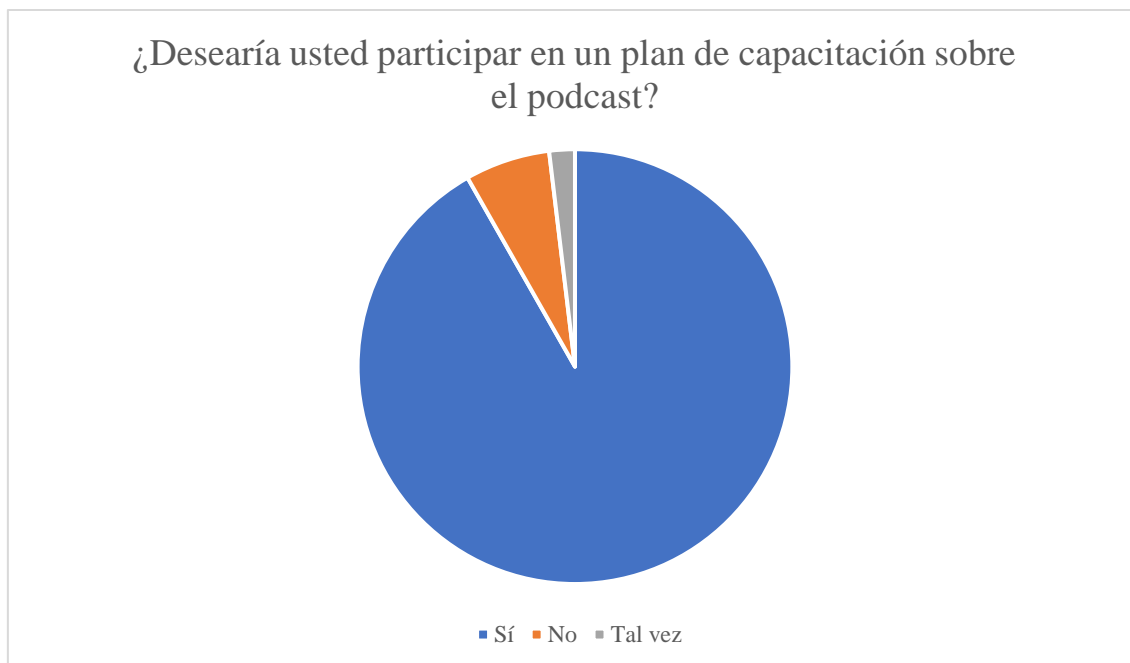
Elaborado por: Juan Echeverría

**¿Desearía usted participar en un plan de capacitación sobre el podcast?**

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	29	67,45%
No	2	4,65%
Tal vez	12	27,90%
Total	43	100%

Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría



Fuente: Miembros del CPDLR

Elaborado por: Juan Echeverría

## Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																			
ACTIVIDADES	MESES Y SEMANAS																		
	Primer mes				segundo mes				tercer mes				cuarto mes				quinto mes		
Planteamiento del problema	█	█	█	█															
Planteamiento de los objetivos					█	█	█	█											
Recolección de datos					█	█	█	█											
Presentación del perfil							█	█	█	█									
Presentación del proyecto											█	█	█						
Realización de encuesta															█	█	█	█	█
Informe Final																		█	█