

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Deporte y sociedad: relación con los medios de comunicación,  
sus hinchas y las formativas**

**José Daniel Álvarez Velasco**

**Paúl Mena Erazo, M.A., Director de Tesis**

Tesis de Grado presentada como requisito para la obtención del título de  
Licenciado en Periodismo Multimediales

Quito, diciembre de 2014

**Universidad San Francisco de Quito**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS**

**Deporte y sociedad: relación con los medios de comunicación,  
sus hinchas y las formativas**

**José Daniel Álvarez Velasco**

Paúl Mena Erazo, M.A.,  
Director de Tesis

.....

Eric Samson, M.A.,  
Miembro del Comité de Tesis

.....

Hugo Burgos, Ph.D.,  
Decano del Colegio de Comunicación  
y Artes Contemporáneas

.....

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

\_\_\_\_\_

Nombre: José Daniel Álvarez Velasco

C. I.: 1714156807

Fecha: Quito, diciembre de 2014

## **Dedicatoria**

Para mi abuela, Blanca Margarita Abad de Velasco, por toda su luz y confianza.

## **Agradecimientos**

Bueno, ha sido un largo camino de seis años en dos países diferentes que llega a su fin. En primer lugar, quiero agradecer a mi familia: A mi madre, por siempre alentarme a buscar mis sueños y soportarlos; A mi padre, por enseñarme a buscar siempre más allá de lo convencional y a no callar; A mi hermana, por complejizar mis retos y hacerlos más gratificantes; A mi abuela, por siempre haber confiado en mí y a Santiago, por estar siempre presente durante esta formación. En fin, a todos por siempre apoyarme en esta aventura del periodismo y con mi locura por los deportes.

En segundo lugar, agradezco a mis amigos y amigas que han estado junto a mí tanto en Buenos Aires como en Quito: Gracias a Diego, Néstor y David por hacerme sentir en casa siendo un extranjero; Gracias a Galo, Samir, Pedro, Marcelo, Juan José y Felipe por hacer que mi ida nunca se sintiera; Gracias a Arianna por su gran apoyo al armar esta tesis; Gracias a Carolina, Emilia, Daniel y David por estar siempre ahí al final de esta etapa.

Finalmente, agradezco a todos mis profesores que intervinieron en estos seis años de formación, en especial a Eric Samson, Paúl Mena y Santiago Castellanos.

Gracias por todo.

## **Resumen**

La complejidad del deporte va más allá que informar solo un resultado. Está arraigado a las personas por las emociones, beneficios y conflictos que genera. La práctica de sus diferentes disciplinas va de la mano del crecimiento de la sociedad y se relaciona en distintas esferas. Para analizarlo me enfoqué en tres puntos clave, para usarlos como ejes de la relación deporte-sociedad.

El primero, una investigación sobre la influencia de los medios de comunicación sobre el deporte y su popularización, tomando al fútbol como el caso dominante en el Ecuador. El segundo, un reportaje radial de trece minutos. Aquí se exponen las diferencias y semejanzas entre los hinchas de deportes como tenis, básquet, ecuavoley y fútbol. El tercero, una publicación impresa, basada en el formato de la revista de Periodismo Multimedios de la Universidad San Francisco de Quito, llamada ENFOQUE. En esta serie de artículos se trata la relación, dificultades y facilidades del deporte con la formación de nuevos valores en atletismo, tenis, básquet y fútbol.

### **Abstract**

Sports complexity goes beyond reporting only one result. It is rooted to people for the emotions, benefits and conflicts it generates. The practice of different sports disciplines has grown along society in different areas. To analyze this relationship, I focus on three key points, for use as axes to understand sport-society bond.

The first is a research on the influence of media on sport and its popularization, taking soccer as the dominant reference in Ecuador's case. The second is a radio report of thirteen minutes. The differences and similarities between fans of sports such as tennis, basketball, soccer and 'ecuavoley' are exposed. The third is a printed publication, based in the format of the magazine of Periodismo Multimedios of the Universidad San Francisco de Quito, named ENFOQUE. The relationship, difficulties and easiness of sports and the training of new values in athletics, tennis, basketball and soccer are the subjects of these series of articles.

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen .....	7
<b>Abstract</b> .....	<b>8</b>
<b>Investigación: ¿Influyen los medios de comunicación para la popularización del fútbol como el deporte de mayor consumo en el Ecuador?</b> .....	<b>10</b>
Introducción .....	11
La llegada y evolución del deporte 'rey' con los medios en Ecuador .....	12
¿Solo de fútbol vive el consumidor deportivo? .....	18
Creciendo con un balón en los pies: el factor social .....	24
Desorganización deportiva: el problema de los otros deportes .....	28
Radio La Red: en búsqueda de una equidad deportiva .....	30
Ganancia segura: el factor económico .....	32
¿Quién influye a quién? .....	35
Bibliografía .....	38
<b>ANEXOS (CD-ROM 8)</b> .....	<b>41</b>
<b>Reportaje radial: Los hinchas del deporte</b> .....	<b>42</b>
Introducción .....	43
Guión .....	44
Reportaje: Los hinchas del deporte (CD-ROM) .....	44
<b>Revista Enfoque: Formativas, atletas del futuro (CD-ROM)</b> .....	<b>47</b>
Introducción .....	48
Portada .....	49
Básquet: Un largo camino hacia el aro .....	50
Atletismo: Disciplina, el fundamento del atleta .....	52
Tenis: Las complicaciones de la raqueta .....	54
Fútbol: "El joven es más atrevido" .....	56

**¿Influyen los medios de comunicación para la popularización del fútbol como el deporte de mayor consumo en el Ecuador?**

## ***Introducciòn***

Ecuador es un país en el cual el fútbol reina como el deporte más popular. Su intrínseca relación con la identidad de muchos sectores de la sociedad lo han convertido en el único deporte masivo. A esto hay que sumarle que en la década del 2000 ayudó a crear una identidad nacional por medio de la selección y sus triunfos. Los medios de comunicación explotan este deporte constantemente por su garantía de ganancia económica. Sin embargo, la gente mantiene un discurso en el que exigen a los medios más espacio para otros deportes.

Ese discurso se ve en duda con la experiencia que los medios de comunicación –radiales, impresos y televisivos- han tenido al transmitir otros deportes. La falta de popularidad, la mala organización de las otras disciplinas y los pocos éxitos internacionales han hecho que el público fije su atención y consumo en el deporte que manda: el fútbol. Este estudio busca responder la pregunta ¿Son los medios de comunicación los que influyen para que el fútbol sea el deporte de mayor consumo del país o son los medios influenciados por el público para solo darle espacio al ‘rey’ de los deportes?

### ***La llegada y evolución del deporte 'rey' con los medios en Ecuador***

La expansión del fútbol a nivel mundial se dio gracias al comercio. El deporte creado en Inglaterra, durante el siglo XIX fue viajando por el mundo y ganando adeptos. Su vinculación al desarrollo y la modernidad de las grandes potencias de occidente ayudó a que se establezca como entretenimiento en una gran cantidad de países del mundo. Esta característica, en su difusión, hace del fútbol un deporte diferente al resto. Su expansión global y su apropiación dentro de la diversidad de pueblos y culturas lo hace uno de los pocos deportes que se pueden compartir en varios rincones y latitudes del planeta. En Ecuador, la manera en la que se originó es similar al de los otros países de la región. "...hay que señalar que el fútbol llega al país, como ocurrió en muchos lugares del mundo, de la mano de la inversión extranjera en transporte, minería y energía" (Carrión, 21).

Desde los inicios de su expansión, el concepto de fútbol y modernidad fueron juntos de la mano. El puerto de Guayaquil es quien acogió por primera vez a este deporte a inicios del siglo XX. Los hermanos Juan Alfredo y Roberto Wright junto con Martín Dunny otros jóvenes extranjeros y ecuatorianos estudiados en Europa, fueron quienes comienzan a promover el fútbol (Carrión, 2006). En aproximadamente 30 años, la práctica del fútbol se popularizó de tal manera que desde 1926 se comienzan a realizar los campeonatos provinciales y nacionales. El juego no amateur en espacios públicos como la 'Plazuela Chile' en Guayaquil y en el parque 'El Ejido' de la capital poco a poco comenzó a interesar a las grandes masas. A medida que el Ecuador se iba modernizando, el fútbol se

convirtió en parte de la sociedad. “Porque la adopción del fútbol debe ser entendida inicialmente en la misma lógica que permite entender la adopción de los artefactos, los modales y el equipamiento de la sociedad noratlántica” (Bustamante, 39).

La fundación de tradicionales clubes como Barcelona Sporting Club, el Club Sport Emelec –en Guayaquil-, Sociedad Deportivo Quito, el Club Sociedad Deportiva Aucas, el Club Deportivo El Nacional y Liga Deportiva Universitaria de Quito expandieron aún más a este deporte. A lo largo del país, clubes de fútbol se fueron fundando y representando a ciudades como Riobamba –Centro Deportivo Olmedo fue el primer club del Ecuador-, Cuenca –Deportivo Cuenca-, Ambato –Macará y Técnico Universitario, entre otros. Desde los años 50 hasta ahora, el fútbol ecuatoriano se ha ido estableciendo como el espectáculo de masas más concurrido. A esto se le debe sumar la profesionalización de la práctica futbolística, lo que llevó a la creación de la Federación Ecuatoriana de Fútbol y por ende a la selección nacional.

A nivel social, a medida que el fútbol se establecía en el país su impacto en la sociedad crecía. Las representaciones que la gente sentía por su club fue creciendo con los partidos y las rivalidades. En Guayaquil, la división entre el equipo del pueblo y el equipo más elitista llevó a que se desarrolle una de las rivalidades más importantes en la historia de nuestro fútbol, el clásico del astillero: Barcelona vs Emelec (Pontón y Pontón, 2006). En Quito, los estudiantes de la Universidad Central seguían a su propio equipo, el cual después se convertiría en LDU-Q. En el sur de la ciudad, el apego al ‘Papa’ Aucas crecía. En Cuenca, al igual que fue sucediendo en las ciudades no tan grandes del país, el Club

Deportivo Cuenca pasó a ser un símbolo de la ciudad, al representarlo en los campeonatos nacionales.

Pero no fue hasta el desarrollo de la selección nacional de fútbol que se descubrió el verdadero carácter de la función social del fútbol. "...Es un aporte a los procesos de integración social, de mejoramiento de la sociabilidad y de las posibilidades de movilidad social" (Carrión, 22). Este deporte se convirtió en la vía de escape hacia mejores condiciones de vida para muchos sectores de la sociedad ecuatoriana que vivían en la pobreza. Especialmente las poblaciones marginadas como los afro ecuatorianos de Esmeraldas y el Valle del Chota, dos geografías que se convirtieron en las canteras de jugadores.

Sin embargo el fútbol local ayudaba a fomentar más la división regional. Este fenómeno social que ha sido constante en el Ecuador, se sentía incluso en la selección. Los jugadores que actuaban en la costa sentían rivalidad con quienes actuaban en la sierra y viceversa (Ramírez, 2009). El regionalismo era tan marcado que la selección no actuaba como una sola, sino como dos partes extrañas buscando conformar una unidad. Este paradigma deportivo se rompió con el fenómeno ocurrido a comienzos del siglo XXI, el cual popularizó aún más al juego en el Ecuador.

"...el fútbol es un espacio de la representación social, donde a los once jugadores de una selección se les delega de manera ilusoria la responsabilidad de defender al país como un todo, creando el sentido que el equipo es el depositario del honor nacional y cada jugador un héroe-patriota o un villano-traidor"(Carrión, 25). Así se lo hicieron entender a los jugadores distintos entrenadores extranjeros en la década de los 90'. El resultado fue la primera clasificación mundialista de Ecuador en el 2002. Junto a ello llegó un sentido de identidad nacional nunca

antes visto. Los resultados acompañaron al desarrollo del fútbol ecuatoriano y su identidad. Su popularidad se reforzó con la clasificación a dos mundiales consecutivos, la exportación de jugadores nacionales al extranjero y logros internacionales de clubes ecuatorianos, como fue el caso de Barcelona en la década de los 90' –llegando a dos finales de Copa Libertadores en 1990 y 1998- y el de LDU-Q –campeón de la Copa Libertadores en 2008, de la Copa Sudamericana en el 2009 y de la Recopa Sudamericana en el 2009 y 2010-.

El deporte por excelencia de Ecuador es el fútbol. Su crecimiento deportivo y social no se limita sólo a un deporte de entretenimiento. Las diversas identidades locales que éste ha generado y el sentido de orgullo y autoestima país ha ayudado a que los medios de comunicación miren al fútbol como un negocio rentable.

La relación entre los medios de comunicación y los deportes no es tan antigua. Fue en el siglo XX, con la popularización de distintos deportes en el mundo y gracias al desarrollo tecnológico de los medios, que poco a poco, se fue creando esta sociedad financiera. Esta relación siempre ha sido cordial. “El fútbol y los medios de comunicación mantienen una relación indisoluble, porque históricamente nacieron de la mano como instituciones sociales y adicionalmente con el paso del tiempo se fueron haciendo mutuamente funcionales” (Carrión, 11).

En un inicio el frenesí mediático se centraba en las dos ciudades con los equipos más populares: Quito y Guayaquil. Gracias al desarrollo del balompié en otras ciudades como Cuenca, Ambato, Riobamba, Azogues, Portoviejo, Manta, Machala, la radio y luego la televisión comenzaron a ampliar sus horizontes. “En la televisión en cambio, lo más importante era y es vender sin importar el nivel periodístico de quienes informan” (Lucas, 51).

Este deporte se convirtió en la bandera de los medios, el de interés seguro, el de dinero tangible y el que fijaba a la audiencia. “En nuestro país ha llegado a su mayor expresión alrededor del fútbol, único deporte que se puede considerar en la actualidad como industria generadora de empleos y grandes capitales...”(Vela Dávila, 87). Los derechos por las transmisiones deportivas se convirtieron en un alto ingreso fijo para los equipos. La venta de publicidad en la transmisión de los partidos se convirtió en un generador de capital para los canales de televisión y radiodifusoras. Otros deportes, no tan establecidos como el basquetbol, dejaron de recibir atención por parte de los medios lo cual no significó que el interés de la población haya cesado.

En este mundo globalizado, el consumo de fútbol es planetario. “Los clubes, aunque no han dejado de ser símbolos locales, también se han transformado en marcas globales con público internacional” (Bustamante 136). En mercados sin una fuerte tradición de este deporte, los fanáticos se convierten en hinchas de equipos extranjeros –como es el caso del Real Madrid, Manchester United o Barcelona en Asia- (Whannel, 2009). El mundo del fútbol puso el ojo en nuestro país luego del 2002. La evolución deportiva de nuestros jugadores es indiscutible. Hace dos décadas no se pensaba que un jugador ecuatoriano podría jugar en Europa. En la actualidad, Luis Antonio Valencia juega en uno de los equipos que más hinchas, logros deportivos y ganancias económicas genera, como es el Manchester United. El dinero del fútbol es global.

Este cambio que ha vivido el fútbol hacia ser un deporte-mercado globalizado se va generando en un inicio a nivel local. Los medios de comunicación nacionales actúan de la misma manera que los medios internacionales con otros deportes, o con el mismo fútbol. “Para las eliminatorias

previas al Campeonato Mundial de 2002, las cifras por los derechos de televisión fueron altas, porque hubo el respaldo económico de la firma ISL...esto benefició a la FEF” (Naranjo Rodríguez, 182). El dinero del deporte en el país se traduce en fútbol.

Comunicar es un negocio. Los medios buscan siempre la ganancia, la publicidad, ya que sin esta no pueden subsistir. Si bien en un inicio la radio fue la precursora de la difusión de deportes, la televisión se ha convertido en un referente por sus transmisiones en vivo. *“Major live sport may just be the last bastion of the experience of simultaneous communal viewing”* (Whannel, 2009). Observar fútbol en vivo se ha convertido en un experiencia que abarca a toda una sociedad.

Pero, ¿Dónde queda la opinión del espectador frente a lo que quiere ver? Que el fútbol sea el deporte más popular del mundo, no se discute, pero no es el único deporte. Los medios deportivos del Ecuador buscan cambiar esta realidad, pero ¿En verdad lo pueden hacer? *“De la misma manera que ciertos acontecimientos se convierten en inexistentes por el hecho de no haber sido registrados por una cámara, otro conjunto de acciones nacen a la vida social sólo porque salen en televisión”* (Rodríguez y Fernández, 83). Porque buscar la expansión de otro mercado deportivo si se puede explotar de manera constante uno ya establecido como el fútbol.

El público consume fútbol porque quiere, porque disfruta de este deporte que se ha vuelto intrínseco con su identidad. Pero el público es crítico. El medio busca su ganancia, una ganancia segura con el fútbol, pero la demanda del público no termina solo con el ‘rey’ de los deportes. *“El destino de la televisión de*

esparcimiento, de la televisión que entretiene, no me interesa especialmente. Mi problema es la televisión que hace, o deshace, la opinión pública” (Sartori, 181).

Sea por satisfacer económicamente las necesidades del medio o por aprovechar esa intrínseca relación que tiene el fútbol con la sociedad ecuatoriana, este deporte copa las portadas y titulares de los medios nacionales. Los otros deportes han quedado relegados a un segundo plano, muy alejado. Deportes que en el pasado llevaban a masas a llenar coliseos, como el básquetbol o el boxeo, por errores en su desarrollo institucional han quedado atrás. Hoy es el fútbol quien domina la comercialización deportiva del país, pero ¿Quién determina esto? ¿Es el público o el medio quien predispone tanta atención al rey de los deportes?

### ***¿Solo de fútbol vive el consumidor deportivo?***

El deseo deportivo de la gente en Ecuador es diverso. Históricamente varios deportes han contado con mucha popularidad. Sin embargo, su desarrollo como industria deportiva se ha quedado estancada en muchas de las disciplinas deportivas. El fútbol es el deporte que supo desarrollarse como una industria, organizando un torneo nacional con lo que involucró a todo el país bajo la misma pelota. También, gracias a ser un deporte que se puede practicar en cualquier lado, su popularidad creció y con el su consumo. A pesar de esto, los ecuatorianos creen que es excesiva la importancia que se le da en los medios de comunicación a este deporte. La encuesta –realizada gracias a la ayuda de la empresa de investigación Habitus S.A.- dirigida a 800 personas, 400 en Quito y 400 en Guayaquil, las dos urbes más grandes del Ecuador, lo que constituyó una muestra estadísticamente representativa del universo de población de las dos ciudades, el 58.8% de los consultados afirmaron que les gusta empaparse de

información futbolística en los medios locales. El 33,6% de los encuestados dijo no estar interesado en saber de fútbol mientras que un 7.5% no estaba seguro. Esto claramente permite inferir que un gran número de personas quieren consumir fútbol en los medios.

**Gráfico No. 1**

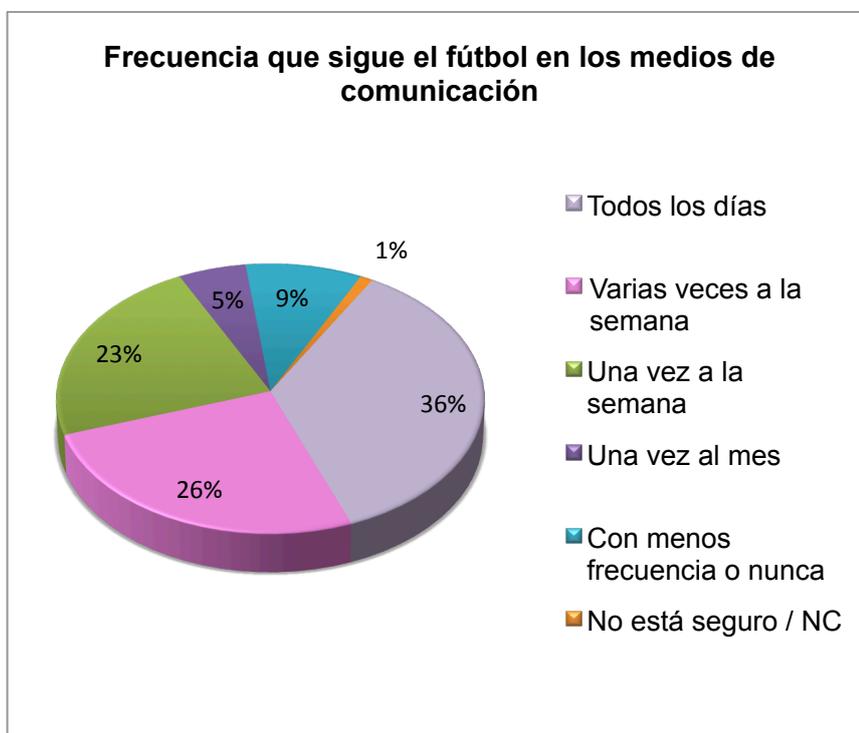


Fuente: Habitus Investigación, febrero, 2014

Elaboración: José Daniel Alvarez, 2014

A los encuestados se les preguntó la frecuencia con la que consumen este deporte en radio, televisión, internet y medios impresos. Para el 35.8%, el seguimiento se realiza todos los días. Varias personas, como taxistas, pasan pegados todo el día a la radio informándose de todo lo que sucede en el mundo del fútbol. El resto afirmó buscar información relacionada al balompié varias veces a la semana -25.7%- o por lo menos una vez a la semana -22.8%-. El porcentaje de consultados, que no quería saber nada de este deporte fue de 9.3%. Por tanto, se establece que vivimos en una sociedad que tiene como prioridad deportiva el buscar o esperar en los medios de información relacionada a fútbol.

Gráfico No. 2



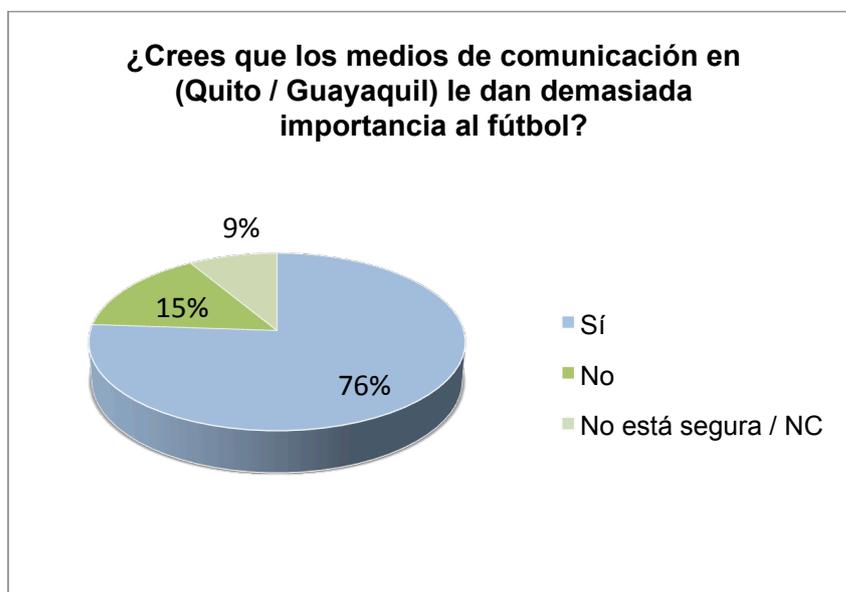
Fuente: Habitus Investigación, febrero, 2014

Elaboración: José Daniel Alvarez, 2014

¿Y que sucede con los otros deportes? Para el 76,1% los medios de comunicación le dan demasiada importancia al fútbol. Solo el 15,3% cree que no existe influencia alguna de los medios al informar en su mayoría sobre el rey de los deportes. El deseo de consumir otros deportes por parte de los encuestados se establece con un sólido 84,1%. Ellos desearían que los medios de comunicación le den más espacio a otros deportes en sus programaciones. El ímpetu por ver transmisiones de otros deportes, en televisión, se comprueba con un 40,1%. A pesar de que el fútbol sigue captando la mayoría del consumo de

transmisiones televisivas, con un 57,5% es bastante alto el porcentaje de personas que elegiría observar un partido de algo distinto al fútbol.

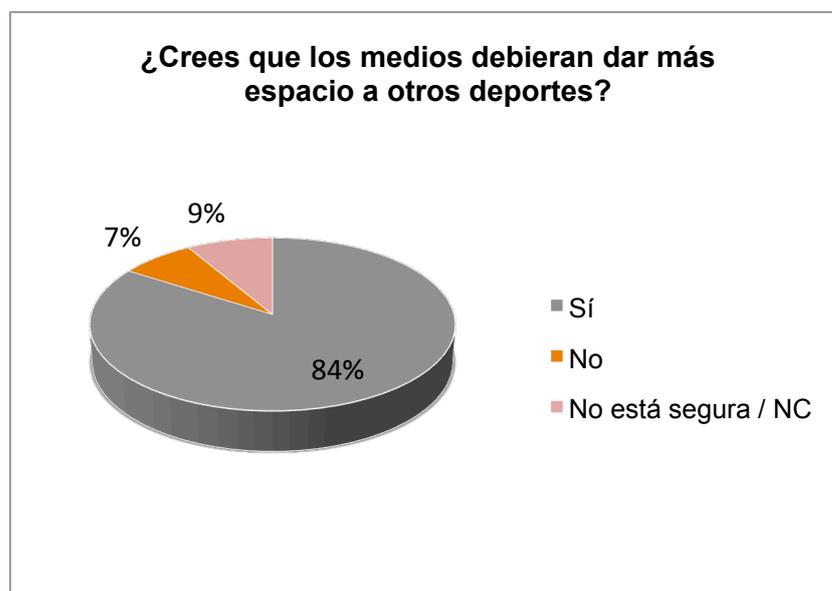
**Gráfico No. 3**



Fuente: Habitus Investigación, febrero, 2014

Elaboración: José Daniel Alvarez, 2014

**Gráfico No. 4**

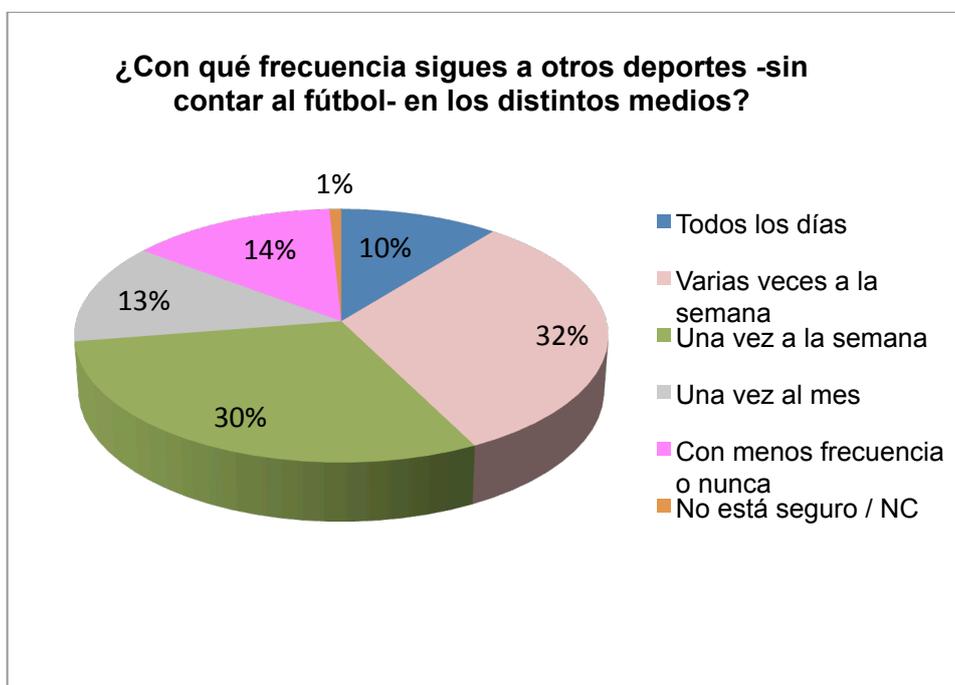


Fuente: Habitus Investigación, febrero, 2014

Elaboración: José Daniel Alvarez, 2014

A pesar de esto, el discurso de los encuestados no es constante. Si bien se exige a los medios de comunicación que se le de más espacio a otros deportes que no sean el fútbol, a la hora de consumirlos el público queda en deuda. El 10.7% sigue a otros deportes en los medios de comunicación todos los días, mientras que el 31.8% quiere saber de algo más que no sea fútbol algunas veces por semana. Esto establece la popularidad que tiene el fútbol en el Ecuador. El deseo de que los medios comuniquen sobre otros deportes existe, pero también está establecida una amplia mayoría a la hora de consumir día a día el fútbol frente a otro deporte.

**Gráfico No. 5**



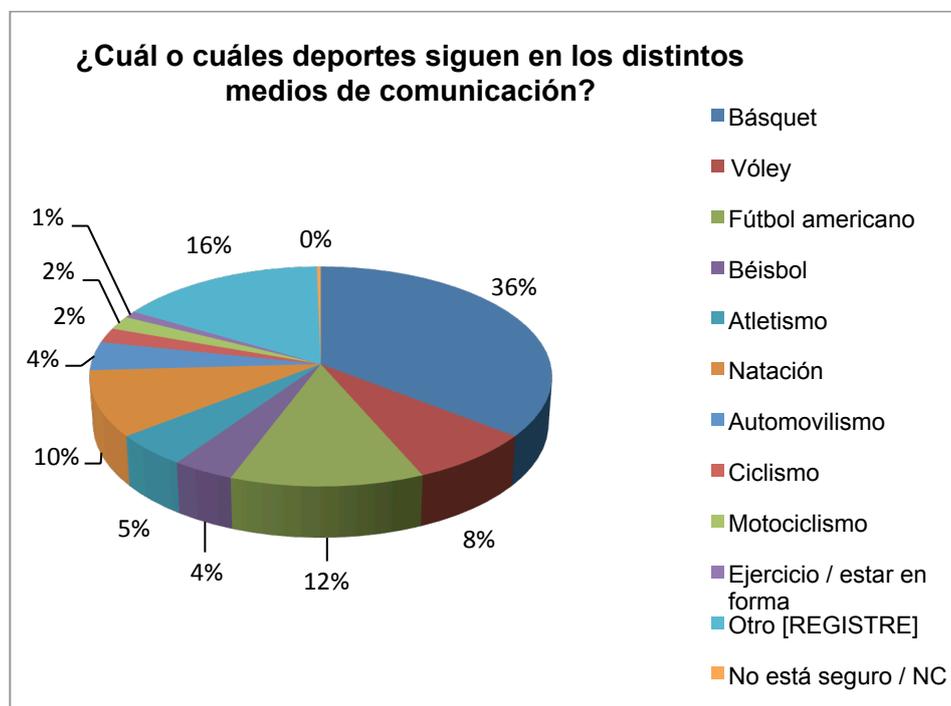
Fuente: Habitus Investigación, febrero, 2014

Elaboración: José Daniel Alvarez, 2014

Comunicar cotidianamente es formar un criterio. El público ecuatoriano tiene el deseo de consumir otros deportes. El 35.6% quiere saber más de

básquetbol. 12,2% quisiera saber qué sucede con el fútbol americano en los medios de comunicación. En menos cantidad les interesa el atletismo, la natación, y el automovilismo, todos ellos también tiene sus seguidores.

**Gráfico No. 6**

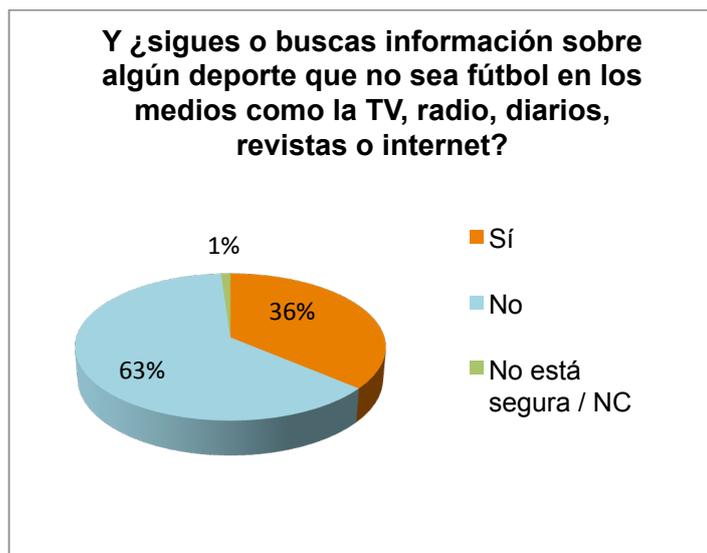


Fuente: Habitus Investigación, febrero, 2014

Elaboración: José Daniel Alvarez, 2014

Pero a la hora de estar pendientes de estos deportes en los medios, el público no responde y es indiferente. Solo el 36,2% busca información de otros de deportes que no sea fútbol en los medios. Un porcentaje mayoritario de 62,7% no tiene iniciativa alguna para buscar información sobre los deportes que desearía conocer. El público presenta un discurso en el que tiene un claro deseo de saber de otros deportes, pero no hace nada para encontrar ese tipo de información.

Gráfico No. 7



Fuente: Habitus Investigación, febrero, 2014

Elaboración: José Daniel Alvarez, 2014

Los medios de comunicación buscan satisfacer el deseo de quienes son sus consumidores, teniendo en cuenta que les conviene más. Como señala el periodista deportivo Alfonso Laso, “Los medios de comunicación no solo en materia de deporte, se apegan a lo que la mayoría quiere. Hay una lucha de los medios por ir educando a la gente, pero nos regimos por el rating” (Laso, A. Entrevista personal). En un mundo en el que mandan las ganancias ¿cuáles son los factores para que los medios le den mayor importancia al fútbol en Ecuador?

### ***Creciendo con un balón en los pies: el factor social***

“Desde el aspecto psicológico, es mucho más fácil darle a un chico una pelota y que no la agarre con las manos, si no que la patee” (Bonilla, J. Entrevista personal). Ecuador es un país deportivamente futbolero. Si se habla de un deporte de juego masivo en esta latitud es éste. A lo que se suma que en un mundo globalizado, éste es el deporte global. El conocimiento de fútbol no se

limita a lo que sucede en nuestro país. Las tertulias deportivas involucran al partido del domingo en el Atahualpa y al clásico español que se jugó en Madrid, el partido de Manchester United o el Superclásico argentino entre Boca Juniors y River Plate. Desde pequeños el deporte que se inculca en las escuelas es éste, como lo señala el economista y sociólogo Pablo Samaniego: “El equipo más codiciado de las escuelas es el de fútbol. Siempre la relevancia está alrededor de este deporte en la infancia” (Samaniego, P. Entrevista personal).

El fenómeno del fútbol no se da solo a nivel profesional. Su facilidad para jugar ha generado un sin número de torneos amateur en nuestro país. El fútbol barrial reúne aficionados de todo el país, y en canchas de tierra los vecinos del barrio pueden ser por 90 minutos héroes de su equipo y de su colectividad. La popularidad de este deporte es un tema social. No solo se lo sigue por lo que las grandes figuras realizan, sino porque todos podemos creernos futbolistas. “Es el más fácil de entender y porque es el más fácil de jugar, no como habilidad. Es el que tiene las reglas más fáciles, el que no necesita de un espacio físico completamente predeterminado para jugar como en otros deportes” (Laso, A. Entrevista personal). Con una pelota en los pies y dos sacos se puede jugar fútbol.

Los deportes se los debe entender, comprender y compartir para que éstos encuentren un público objetivo y comience su expansión. En Estados Unidos, desde pequeños los niños aprenden las dificultades del fútbol americano, béisbol y básquetbol. Es así que deportes complicados se convierten en simples y en masivos (Whannel, 2009). Esa dificultad aleja al público del resto de deportes. La gente quiere saber de otros deportes, pero no al mismo nivel del fútbol. Cualquiera puede soñar con ser quien anote el gol de la victoria en el patio de su

casa con una pelota en los pies. En nuestra sociedad, soñar con ser quien conquiste la medalla de 100metros planos en natación se mantiene mucho más alejado de los imaginarios colectivos y la realidad.

En estas últimas dos décadas, los éxitos deportivos a nivel futbolísticos en el país también han ayudado a la popularización del fútbol. La primera clasificación de la selección nacional al Mundial del 2002 captó un nuevo nicho de mercado. Aquellas personas que no se sentían representadas por un club, encontraron en la selección su representación. Gracias a los once jugadores que vistieron la amarilla, azul y roja muchos se han comenzado a sentir representados y orgullosos de ser ecuatorianos. El fenómeno de la selección radica en generar una identidad colectiva, dejando atrás las diversas identidades regionalistas tan características en este lugar del Mundo.

*“El desempeño del equipo nacional de fútbol en las últimas dos rondas de clasificación al Mundial se constituye en el principal, sino único relato, mecanismo, o instancia de articulación e integración simbólica de las diversas identidades que están en la base de la comunidad imaginaria de la nación ecuatoriana” (Ramírez, 2006).*

Llegar a un nuevo Mundial de manera consecutiva y realizar una gran actuación – hasta octavos de final- siguió expandiendo la popularidad del fútbol en la sociedad. En el 2008 comenzó una seguidilla de triunfos internacionales para Liga de Quito. En los años 90 minutos, las dos finales de Copa Libertadores del club más popular del país –Barcelona Sporting Club- hizo que tanto la gente como los medios se interesen más por el fútbol local. Con la conquista del mayor trofeo

sudamericano a nivel de clubes, Liga de Quito le dio otra ola de popularidad a este deporte. Tres copas internacionales más –Dos Recopas y una Sudamericana- situaron por casi cuatro años a los ‘albos’ en lo más alto del continente. La sociedad se embriagó con el fútbol. Pues, como señala el sociólogo Fernando Carrión, si los deportes van de la mano de buenos resultados, la gente se interesa mucho más por ellos (2006).

Ante un mercado ya establecido, un público que está ansioso por consumir y con un torneo ya organizado, los medios de comunicación saben que esta sociedad lo que quiere consumir es fútbol. La influencia de los medios se limita a volver más popular lo que ya está establecido. Sin embargo, para el productor de Radio La Red, Jacinto Bonilla, “Acá es más fácil comercializar fútbol, pero este nicho se va saturando” (Bonilla, J. Entrevista personal).

La organización de torneos profesionales de otros deportes han sido uno de los factores para la falta de masificación. Ante esto, el fútbol ha acaparado la atención del público y por ende de los medios de comunicación. El tener un deporte tan enraizado en la sociedad, lo convierte en una especie de necesidad para el consumo. En Argentina, país futbolero por excelencia en la región, sus éxitos y tradición en otros deportes –como el Rugby, el automovilismo y el básquetbol- han creado amplios mercados deportivos donde los medios de comunicación se ven obligados a darles espacios. A pesar de que no tiene el mismo impacto que el fútbol, la oferta para el consumo deportivo es mucho más amplia. Aquí, en el Ecuador, los otros deportes se han quedado atrás. El público exige una cobertura de ellos, pero no los consume por su falta de competitividad.

### ***Desorganización deportiva: el problema de los otros deportes***

Aunque tenga todas estas facilidades, el fútbol no es el único deporte que se practica –a nivel amateur y profesional- en el país. Sin embargo, a nivel social muchos deportes se han quedado atrás y han perdido la popularidad que tenían en el pasado. A diferencia de otros deportes, el fútbol es de aquellos que sorprende a los espectadores. Los partidos de balompié se resuelven sin muchas anotaciones por lo que la ventana de lo imprevisto siempre está abierta. El torneo nacional de fútbol cuenta con esa ventaja. Es atractivo para el público ya que el menos competitivo de los equipos puede sorprender al más fuerte del torneo. Esa competitividad e intriga que genera, ayuda a que la gente esté constantemente interesada.

Décadas atrás, dos deportes competían mano a mano con el fútbol por llenar de aficionados sus encuentros. El primer caso es el básquetbol. “Cundió la desorganización. En los 70’ se alcanzaron coliseos llenos ya que se equilibraron bien los equipos. El equipo de menor rendimiento obtenía los mejores jugadores, como es en la NBA. Luego todo cambio” (Bonilla, J. Entrevista personal).

La desestabilidad de la organización causó que los mejores jugadores sean acaparados por uno o dos equipos. El resultado fue torneos aburridos con resultados previsibles. La popularidad del básquetbol para la gente disminuyó y para los medios prácticamente desapareció. Poco a poco, la liga nacional de básquetbol va retomando su lugar. El boxeo también tuvo su época dorada. Los grandes pugilistas ecuatorianos llegaron a disputar títulos internacionales con varios peleadores del mundo. Sin embargo, la falta de organización causó que su popularidad, como la del básquetbol, disminuya. Y el condimento que terminó de consolidar al fútbol con la sociedad, no se dio en otros deportes: los triunfos

internacionales. “Si llevo a la radio a Jefferson Pérez, aunque su momento ya pasó, la gente se interesa porque es sinónimo de victoria” (Bonilla, J. Entrevista personal). Las pocas veces que en otros deportes Ecuador ha tenido éxito, el público ha demandado y los medios han respondido para que se de ese consumo. En las Olimpiadas de Londres 2012, el joven Alex Quiñonez –un desconocido para la gente hasta entonces- llegó a la final de los 200 metros planos. El ‘boom’ mediático del joven atleta se expandió, hasta que su éxito conseguido lo permitió.

En los últimos años el Estado ha intervenido en el desarrollo de otros deportes a la par del fútbol. Centros de alto rendimiento han sido construidos para el desarrollo de atletas en las disciplinas olímpicas de atletismo, natación y tenis. El Ministerio del Deporte busca fomentar la practica del deporte para el desarrollo de varias actividades físicas en la población (Ministerio del Deporte, 2014). Sin embargo, esto no ha ayudado a fomentar el gusto por consumir otros deportes en los medios de comunicación. Hace falta el diseño de una política pública en torno al deporte que se integre a la de salud y educación y que refleje incluso los mandatos constitucionales que definen al *Sumak Kausay* –el buen vivir- como parte de los objetivos de un Estado de derechos como el ecuatoriano. En la lógica del bienestar, el deporte es un elemento fundamental: parte del autocuidado de la promoción de la salud y de la salud mental.

El público espera resultados de sus deportistas para comenzar a seguir ese deporte, pero los resultados deben ser constantes para anclar a la población con un deporte. Algo que con el fútbol no sucede.

Algunos medios de comunicación dejaron atrás al atletismo cuando éste perdió popularidad y apuntaron sus miradas a lo que siempre se demanda, a lo que la gente consume. Pocos medios han tratado de mantener esa equidad

deportiva que es muy difícil de lograr. Darle algo de espacio a otros deportes, es lo máximo que pueden hacer estos medios que no se centran en la industria del fútbol masculino profesional para buscar esta igualdad. Sin los recursos para expandir el interés en otros deportes, los medios que incluyen a otros deportes en su programación fija deben hacer de todo para poder comunicar algo más que no sea fútbol.

### ***Radio La Red: en búsqueda de una equidad deportiva***

Uno de los medios de comunicación deportivos tradicionales de Quito es la emisora La Red. Fundada en 1997, su misión siempre fue la de informar sobre deportes. “Es un medio de comunicación especializado en deportes, que se dedica a mantener informado al público, de los acontecimientos diarios más importantes en ese campo” (Radio la Red, 2014). En este mercado deportivo del Ecuador, donde el fútbol es amo y señor, este medio ha tratado de alguna manera de darle espacio a los otros deportes.

Su programación arranca a las seis de la mañana y se extiende con programas en vivo hasta las ocho de la noche entre semana. Los fines de semana, su programación cambia ya que realizan transmisiones en vivo de partidos –en su mayoría de fútbol-. De los diez programas que se transmiten de lunes a viernes, ninguno se cierra solamente a hablar de fútbol. Sin embargo, según Marco Fuentes, asistente de producción de Radio La Red, existe una proporción de 90 (fútbol)-10 (otros deportes) sobre la información deportiva.

En estos diez programas, la charla deportiva gira alrededor del fútbol local e internacional. Sin embargo, si otro deporte genera noticia, en Radio La Red –sin importar que la transmisión solo se dedique a fútbol- se le da espacio. El

programa que llama la atención y que choca con la tendencia de solo informar sobre fútbol es “Elite Deportiva” conducido por Marco Fuentes y Freddy Pasquel. “Ahí tenemos un solo detalle, está prohibido hablar de fútbol. Le buscamos dar un espacio a disciplinas deportivas que no están muy difundidas en el país” (Fuentes, M. Entrevista personal) Este programa no solo informa sobre estos deportes relegados, también abren el debate y dan su opinión sobre estos temas. “Obviamente es mucho más pequeño que la gente que escucha fútbol, pero tienes tu espacio. Hay gente que nos sigue y se interesa por estos deportes” (Fuentes, M. Entrevista personal).

Para ellos lo importante es explicar sobre el deporte, hacer conocer a la gente cómo se practican estos deportes desconocidos o no tan populares en el país. En este contexto, deportes que tienen acogida pero no espacio, tienen en este programa un aliado para informar y difundir. “Toda la gente debe identificar de qué se trata, para que después, sepan dónde va a haber un evento y se involucren” (Fuentes, M. Entrevista personal).

Radio La Red también es conocida por sus transmisiones deportivas en vivo. Son de los pocos medios radiales que siguen mandando locutores y periodistas al lugar de los hechos deportivos. Sin duda alguna, la mayoría de transmisiones son de partidos de fútbol del campeonato nacional o de campeonatos internacionales donde se encuentren involucrados clubes nacionales o la selección. Su giro se da en las transmisiones de básquetbol, a las cuales le dan la misma importancia que el fútbol, con periodistas especialistas en esta disciplina. “También transmitimos boxeo y siempre se procura que todas estén a la misma altura porque todos los deportes son importantes” (Fuentes, M. Entrevista personal). El transmitir otros deportes ha sido algo de siempre en este

medio. A pesar de que los auspiciantes, los recursos y el rating muchas veces no acompañan a estos deportes, esto se trata de mantener.

En un mercado en el que hablar de deportes es sinónimo de hablar de fútbol, el problema radica en que no hay especialistas en otros deportes. Las programaciones están diseñadas para que el fútbol domine, por lo que tampoco hay interés para empaparse del resto de disciplinas deportivas. “Poder explicarle a la persona que te oye el porque de los resultados, le da un plus...es por eso que hablar de fútbol, que es algo mucho más cercano es más fácil para los medios que hablar de otros deportes” (Fuentes, M. Entrevista personal).

Las razones para que otros deportes sean abandonados son varias, pero para los medios radica en el éxito que éste le puede representar o no frente al público que lo consume. Los auspiciantes buscan que su publicidad se escuche masivamente, por lo que buscan la ganancia del fútbol. “Prácticamente trabajamos para poder hacer muchas coberturas, las ganancias en otros deportes pueden ser nulas, pero aquí particularmente en la radio, creemos en otros deportes” (Laso, A. Entrevista personal).

### ***Ganancia segura: el factor económico***

“No hay ningún otro deporte en el Ecuador que tenga tanta exposición. Tiene mercado y se sabe que van a ser oídos” (Samaniego, P. Entrevista Personal). Para los medios no es ningún misterio popularizar al fútbol, el deporte de mayor consumo del país. Es además el deporte que más dinero genera. Apostar por las transmisiones de fútbol es apostar por una ganancia segura. El público, como demostró la encuesta antes reseñada, está dispuesto y tiene en su mentalidad consumir fútbol. Al ser el deporte más popular del país, para los

medios de comunicación no hay reparo en popularizarlo para acrecentar su consumo.

“Se analizan audiencias y quieren más fútbol, sea nacional o internacional. El medio de comunicación orienta sus esfuerzos a satisfacer lo que la audiencia quiere” (Bonilla, J. Entrevista personal). Alrededor del mundo del fútbol se mueven muchos más negocios que solo el deportivo. Las marcas encontraron allí un nicho de publicidad y de correlación con valores y figuras que agradan al público en general. Fue en Inglaterra donde se comenzó a auspiciar a clubes de fútbol a cambio de que éstos lleven en su camiseta la marca de su empresa (Whannel, 2009).

Al parecer es un negocio redondo. Si la gente pide fútbol, el medio le da fútbol. Hay dinero para invertir y a su vez para recuperarlo involucrando a las masas en el consumo masivo de fútbol. “Si no transmites fútbol no estás en nada, no hay negocio posible. Afirmar que solo haces más fútbol por ganar plata es decir la mitad de esto” (Laso, A. Entrevista personal). Es la popularidad adquirida de este deporte la que condiciona a los medios deportivos del país. A pesar de que la gente tiene el deseo de consumir y saber de otros deportes, varios factores determinan la agenda y programación de los medios de comunicación. En Ecuador, la empresa futbolística se encuentra en pleno desarrollo. Si bien es el único deporte con una buena organización, el crecimiento de esta industria deportiva debe seguir ocurriendo. Poco a poco la publicidad, el marketing y la influencia de los medios van ayudando para que el fútbol siga siendo quien genera la mayoría del dinero del deporte en Ecuador.

A esto se le suma otro problema para los medios de comunicación. Esta incongruencia del público, con lo que quiere y lo que consume, afecta también al

desarrollo de la industria deportiva de otros deportes. “En El Comercio hicimos un experimento interesante. Darle primeras páginas a deportes alternativos que no sean fútbol y realmente nos fue mal. Bajó la compra de los ejemplares, se disparó para abajo” (Bonilla, J. Entrevista personal). El problema no solo se da en los medios impresos o radiales. La televisión, el medio que estableció a las transmisiones deportivas como una gran fuente de ingresos y de entretenimiento. *“Major sports events have been transformed into the focal point of intense commercial activity, in which the commodified spectacle generates huge cash flow”* (Whannel, 2009). Ante esto, los medios televisivos –los cuales se rigen fuertemente al rating que generan sus programas- son mucho más selectivos para elegir qué se transmite y qué no. A nivel deportivo, el fútbol se vende en televisión, los otros deportes no.

El desarrollo del resto de los otros deportes ha quedado atrás económicamente. Si bien no reciben el espacio en los medios, su falta de crecimiento como instituciones deportivas es una de las causas para que los resultados y torneos no sean llamativos para el público. En la televisión es mucho más complicado entregar espacios a deportes que no aseguren una ganancia o por lo menos recuperen la inversión. “El problema de la televisión es que no solo compites con un mercado que le gusta el deporte. La competencia se da con las novelas, los *realities* y los *talk shows*, esto causa que tu nicho del 100% se disminuya mucho más” (Laso, A. Entrevista personal). En cable, la variedad de canales causa que quienes buscan deportes se centren mucho más y el mercado esté segmentado. A nivel nacional, competir en televisión cerrada solo con deportes, es complicado, ya que se debe tener en cuenta que no todos quieren consumir deporte. “Los ratings terminan siendo muy bajos y por los costos altos

de la televisión, se los elimina rápidamente y automáticamente se queda sin ese espacio el deporte” (Laso, A. Entrevista personal). La realidad es que el rating es quién dicta qué funciona, qué se mantiene y qué se consume. Los deportes no se han convertido en ese foco llamativo que venda y tenga cómodo a quienes mueven el dinero en los canales. El fútbol, si lo hace. La gente, sea por campeonato nacional o por la selección nacional lo consume y esto se convierte en dinero. En suma, son las ganancias las que establecen qué tiene espacio y qué no en los medios de comunicación.

### ***¿Quién influye a quién?***

Ecuador es un país que no es ajeno a varios deportes. Sea por práctica o por consumo, a lo largo de la historia moderna del país los hitos deportivos han estado presentes. Sin embargo, uno de ellos se desarrolló mucho más y se convirtió en el referente deportivo para la mayoría de la sociedad. El fútbol y sus clubes involucran más que un partido, es un choque de identidades. Estas se han desarrollado e identifican a varios sectores de la sociedad bajo distintos colores y símbolos. La gente encontró en sus clubes una identificación, un grupo de personas similares que tienen como objetivo lo mismo: la victoria de su equipo.

En Ecuador, el fenómeno de identidad nacional se imbricó con el fútbol, y se terminó por establecer gracias a la selección nacional y sus buenos resultados. En otros deportes, esa carencia de protagonismo y la falta de nuevos hitos en diferentes disciplinas causó que la popularidad disminuya considerablemente.

Los medios de comunicación se convirtieron en la herramienta para popularizar más o menos un deporte. Cuando la situación lo amerita, los medios hacen todo lo posible para transmitir un hecho deportivo. En Ecuador, esto se

traduce en transmitir fútbol. El público puede querer que se le de más espacios a otras disciplinas deportivas, pero son ellos mismos quienes no consumen cuando los medios le brindan espacio. Los medios se rigen por lo que la opinión pública quiere y demanda. Es por esto que existe esta *'infoxicación'* de solo fútbol en los medios locales. Si, la gente quiere saber de deportes, pero con una proporción de 90-10, siendo el fútbol la mayoría.

En el negocio de los medios, los codiciados espacios de radio, televisión, prensa e internet se rigen por medio del rating. Si un deporte no es consumido, éste no recibirá mucho o ningún espacio. El fútbol se lo populariza para el consumo ya que tiene grandes beneficios económicos y sociales que benefician a los medios de comunicación.

El espacio para los otros deportes va a continuar siendo escaso. El fútbol es una institución deportiva establecida con un campeonato nacional competitivo, con equipos que representan a grandes segmentos de la población y con un representativo nacional que realza la identidad ecuatoriana. Los otros deportes deben reinventarse para que llamen la atención de la gente y por ende de los medios.

Los medios de comunicación deben estar consientes de que el nicho de mercado que significa el fútbol se va saturando de manera apresurada. Al ser el único deporte de consumo masivo del país, son muchos los medios de comunicación que quieren un pedazo del pastel de ganancias que genera el rey de los deportes. El efecto que esto causa en los medios locales es negativo para el periodismo deportivo nacional. La calidad de las transmisiones y programas cada vez es más baja. ¿Por qué? Los nuevos medios que quieren ser parte del consumo futbolero, hacen sus transmisiones sin los gastos necesarios para alzar

la calidad. Así pueden bajar costos de publicidad y obtener ganancias de las empresas. Esto afecta directamente a los medios tradicionales, ya que pierden auspiciantes y trae consigo una pérdida de calidad para poder seguir comunicando de fútbol en vivo.

Si bien es el público quien no “consume” el resto de deportes, está en la inventiva de los medios de comunicación, en la manera en que se informa, la garantía de su existencia al menos en los medios. El deporte nacional y su relación con los medios de comunicación es estrecha. Se necesita este cambio en lo deportivo para popularizar más disciplinas, pero esto se consigue no solo con los medios sino también con las federaciones deportivas y una política pública del Estado que no solo garantice recursos para la práctica de otras disciplinas deportivas, si no para su desarrollo desde la etapa de formación de los niños. De esta manera, incluir a más deportes desde la infancia con lo cual se fomenta y popularizan nuevos deportes además del fútbol.

Los medios influyen en el consumo masivo del fútbol en el país, pero su influencia, paradójicamente, es una necesidad de sobrevivencia, pues para la opinión pública del Ecuador si no se habla de fútbol, no se habla de deportes.

## **Bibliografía**

- Aguilar, R. (2006). El periodista deportivo es resultado-dependiente. En F. Carrión (Ed.), *Con sabor a gol...Fútbol y periodismo* (97-103). Quito, Ecuador: FLACSO.
- Bonilla, J. (Marzo, 2014). Entrevista Personal
- Bustamante, F. (2006). Esbozos para una historia social del fútbol ecuatoriano. En F. Carrión (Ed.), *Quema de tiempo y área chica: historia y fútbol*. Quito, Ecuador: FLACSO.
- Bustamante, M. (2006). ¡O rei fútbol! Un análisis desde la economía institucional. F. Carrión (Ed.), *Mete gol...gana: fútbol y economía* (129-144). Quito, Ecuador: FLACSO
- Carrión, F. (2006). La historia y geografía del fútbol. En F. Carrión (Ed.), *Quema de tiempo y área chica: historia y fútbol* (21-33). Quito, Ecuador: FLACSO.
- Carrión, F. (2006). El fútbol, una pasión mediática. En F. Carrión (Ed.), *Con sabor a gol...Fútbol y periodismo* (11-24). Quito, Ecuador: FLACSO.
- Carrión, F. (2006). El fútbol: un hecho social. En F. Carrión (Ed.), *El jugador número 12: fútbol y sociedad* (21-32). Quito, Ecuador: FLACSO.
- Fuentes, M. (Marzo, 2014). Entrevista Personal
- Horne, J. (2004). The Global Game of Football: The 2002 World Cup and Regional Development in Japan. *ThirdWorldQuarterly*, Vol. 25. 1233-1244, 7.
- Kintto, L. (2006). De la información sobre fútbol a la futbolización de la sociedad. En F. Carrión (Ed.), *Con sabor a gol...Fútbol y periodismo* (27-74). Quito, Ecuador: FLACSO.

Laso, A. (Marzo, 2014). Entrevista Personal

Lucio-Paredes, P. (2006). Fútbol y economía: dos fuerzas del mundo moderno. En F. Carrión (Ed.), *Meté gol...gana: fútbol y economía* (73-85). Quito, Ecuador: FLACSO.

Ministerio del Deporte. (2014). Objetivos. Recuperado de: <http://www.deporte.gob.ec/objetivos>

Naranjo Rodríguez, J. (2006). La economía en el fútbol. F. Carrión (Ed.), *Meté gol...gana: fútbol y economía* (169-183). Quito, Ecuador: FLACSO

Ponce, J. (2006). Con noticias de Amadeo Carrizo.... En F. Carrión (Ed.), *El jugador número 12: fútbol y sociedad* (111-120). Quito, Ecuador: FLACSO.

Pontón, D., y Pontón, C. (2006). Breve historia de las grandes rivalidades en el fútbol ecuatoriano. En F. Carrión (Ed.), *El jugador número 12: fútbol y sociedad* (75-109). Quito, Ecuador: FLACSO.

Radio la Red. (2014). Nosotros. Recuperado de: <http://www.lared.com.ec/index.php/nosotros>

Ramírez, JP. (2006). La selección de fútbol como nuevo símbolo de identidad nacional. En F. Carrión (Ed.), *El jugador número 12: fútbol y sociedad* (35-59). Quito, Ecuador: FLACSO.

Rhon Dávila, F. (2006). Las sociedades del fútbol. Hasta el próximo encuentro. En F. Carrión (Ed.), *El jugador número 12: fútbol y sociedad* (121-128). Quito, Ecuador: FLACSO.

Rodríguez, R., y Fernández, D. (2008). *Comunicación mediática y espacio público*. Tenerife: Universidad de la Laguna.

Samaniego, P. (Marzo, 2014). Entrevista Personal

Sartori, G. (2006). *Homo videns: La sociedad teledirigida*. México DF: Punto de Lectura.

Vela Davila, S. (2006). Fútbol y bienestar en el Ecuador efectos en la economía de la sociedad. F. Carrión (Ed.), *Metete gol...gana: fútbol y economía* (87-112). Quito, Ecuador: FLACSO

Washington, R., y Karen D. (2001). Sport and Society. *Annual Review of Sociology, Vol. 27*.187-212.

Whannel, G. (2009). Television and the Transformation of Sport. *Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 625, The End of Television? Its Impact in the World (So Far)*. 205-218.

**ANEXOS**

**Reportaje radial: Los hinchas del deporte**

**Duración: 13 minutos**

## Introducción

El deporte esta compuesto por diferentes componentes, con funciones particulares. Uno de los más importantes son las personas que siguen a su equipo, figuras o disciplina. Aquellos que conocemos como hinchas. Ellos y ellas llenan de sentimientos, colores y tradiciones a la practica de un juego. Su sentido de hacia su deporte es único y tiene sus particularidades, dependiendo de la práctica que sigan. Este reportaje radial se plantea el buscar las particularidades de y las semejanzas entre los hinchas de diferentes deportes de nuestro país, como el tenis, básquet, fútbol y ecuavoley. La relación entre el deporte y quienes lo siguen fervorosamente es tan estrecha que dependen el uno del otro para poder existir y llenar de pasión a multitudes.

## Guión Radial

Tema: Hinchas y deporte

Título: Los hinchas del deporte

Duración: 13'00''

<b>OPERADOR</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>DURACIÓN</b>
Control: Efecto	Entra y se mantiene: sonido hinchada fútbol	10-15''
Locutor: Introducción tema	Entra: "El ser humano ha practicado diferentes deportes..."  Sale: "...diversos deportes que se practican en nuestro país."	45''-1'
Control: Música	Entra y se mantiene: Tam Tam- Balankulani	10''
Entrevistado: Jacinto Bonilla, periodista	Entra: "El papel del hincha en el deporte es básico..."  Sale: "...desde 48 horas antes".	1'-1'30''
Control: : Música y Efectos	Entra y se mantiene: Tam Tam- Yamkadi  Ambiental partido tenis	10''
Entrevistado: José Suárez, hincha tenis	Entra: "Lastimosamente aquí la gente..."  Sale: "...admirar la capacidad técnica del jugador."	2'-2' 15''
Control: Música y Efectos	Entra y se mantiene: Tomback - Pata Cun Cun Para  Ambiental partido ecuavoley	20''

Entrevistados: Carlos Camacho y Fernando Valdivieso- hinchas ecuavoley	Entra: "Bueno que le digo yo he tenido la afición..."  Sale: "...antes de retirarnos a las casas."	1'45"-2'
Control: Música y Efectos	Entra y se mantiene: Ambiental partido básquet  Tam Tam- Balankulani	10"
Entrevistado: Hugo Bonilla, hinchas básquet	Entra: "Se jugaba en el coliseo..."  Sale: "...acabando el partido."	1'45"-2'
Control: Efecto	Ambiental hinchadas partido de fútbol	10"
Entrevistado: Ramiro Ramadán, hinchas fútbol	Entra: "Mi afición por el fútbol..."  Sale: "...lo ha distorsionado."	1'45"-2'
Control: Efecto	Ambiental hinchadas partido de fútbol	10"
Entrevistado: Jorge Ramadán, hinchas del fútbol –anécdota Brasil 2008-	Entra: "Cuando Liga clasifica a la final..."  Sale: "...en las gradas de ese estadio, increíble."	1'45"-2'
Control: Efecto	Ambiental hinchadas partido de fútbol	10-15"
Locutor: Conclusión	Entra: "Cada deporte es distinto, como lo son sus hinchas..."  Sale: "...para poder ser lo que es."	45"
Control: Efecto	Ambiental hinchadas	5"

	partido de fútbol	
Locutor: Firma	Entra y Sale: "Este fue un reportaje de José Daniel Alvarez."	10"

**Revista Enfoque: Formativas, atletas del futuro**

## Introducción

Para que la industria deportiva funcione y sea llamativa para medios de comunicación y sus hinchas, debe tener una sólida base que fomente la práctica y el surgimiento de nuevos valores. Los deportes la encuentran en la formación de jóvenes en la práctica de diferentes disciplinas desde una temprana edad. En nuestro país existen formativas para diferentes deportes, algunos no muy populares y otros extremadamente mediáticos. En la siguiente revista, basada en el suplemento del área de Periodismo Multimedios de la Universidad San Francisco de Quito llamada ENFOQUE, se da un vistazo a los diferentes caminos que deben recorrer estos jóvenes atletas antes de convertirse en estrellas locales y mundiales de deportes como fútbol, básquet, atletismo y tenis. El deporte necesita de buenos valores, por eso hay que tener en mente como se desarrollan los y las atletas del futuro.

SUPLEMENTO DE LOS ESTUDIANTES DE PERIODISMO MULTIMEDIOS DEL COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS - ISSN 13937593-- N° 21

# ENFOQUE

## FORMATIVAS ATLETAS DEL FUTURO

1	BÁSQUET
2	ATLETISMO
3	TENIS
4	FÚTBOL



Contenido: José Daniel Álvarez V. Clase Taller de Titulación II; Paúl Mesa E. Diseño y diagramación: José Daniel Álvarez V. Textos: José Daniel Álvarez V.  
Fotos: José Daniel Álvarez V., David Guzmán. Dirección Creativa: Iván Burbano. Edición de Contenidos: Paúl Mesa E.  
Comité Editorial: Hugo Burgos, Ph.D., Eric Samson, M.A., Santiago Castellanos, Ph.D., Lic. Alejandro Querejeta, Iván Burbano, M.A.

## Básquet

## UN LARGO CAMINO HACIA EL ARO

*El básquet es uno de los deportes del país que sigue produciendo deportistas. Desde pequeños se enseña este deporte en distintas provincias. Los que se apasionan con la idea de llegar a ser basquetbolistas de élite, tienen frente a sí un viaje dilatado: más de resistencia que de velocidad.*

Son las tres y treinta de la tarde y el coliseo de baloncesto de la Concentración Deportiva de Pichincha –CDP– luce vacío. Al ‘Laboratorio’, como se le conoce al recinto, llegan niñas de entre 12 y 13 años con sus maletas del colegio y se alistan para entrenar. Cada una rebota su balón contra la superficie brillante de la cancha. Para las cuatro ya hay una pila de mochilas en los graderíos y veinte chicas saludan con mucho respeto a uno de sus entrenadores, Raúl Vilatuña. “Haber, haber, comenzamos con cinco minutos de calentamiento. Ya saben, trote alrededor de la cancha”, ordena Vilatuña.

El camino para convertirse en jugadora o jugador profesional de baloncesto es largo, pero anima a muchos. Las motivaciones sobran. Desde temprana edad se enseña en los colegios de qué trata este deporte. Tradicionalmente se ha jugado en la provincia de Pichincha y con muy buenos resultados tanto en hombres como en mujeres. “Aquí en Pichincha si no eres campeón nacional de baloncesto eres un fracaso”, afirma Ramiro Cadena, coordinador de baloncesto de la CDP. Ante esta exigencia, la formación de las nuevas selecciones de cada categoría se realiza con ojo de cirujano.

Mientras las veinte chicas realizan ejercicios de posicionamiento defensivo, Luis Flores, coordinador de las selecciones femeninas de Pichincha, observa atentamente desde un banco. Tanto él como Vilatuña están preparando a las niñas de la categoría ‘Menores’ para los Juegos Deportivos Nacionales que se disputarán a final de año. “Estas son las más pequeñas con las que entrenamos aquí en Pichincha, por eso tienen que tener clarito cómo son los fundamentos”, cuenta Flores.

Hay cinco categorías en las formativas del baloncesto: Premini (sub 9), Mimi (sub 11), Menores (Sub 14), Prejuveniles (Sub 16) y

Juveniles (Sub 18). En Pichincha la formación de élite arranca desde la categoría Menores. “La Costa tiene ventaja en eso. Allá se trabaja y hay buen nivel en las categorías mini pero pierden fuerza cuando van creciendo”, cuenta Flores. Es por esto que los entrenamientos son constantes. Las chicas y chicos seleccionados de Pichincha entrenan cinco días a la semana de 16 a 18 horas, desde febrero a noviembre en el Laboratorio y en el Coliseo Julio César Hidalgo. “Somos la provincia que más tiempo practica y la que más partidos juega al año”, asegura Cadena. En la previa de cada competencia, las selecciones – en todas sus categorías– juegan mínimo 25 partidos de preparación por todo el país. “Es bastante fuerte lo que hacen los chicos aquí, pero es necesario exigirles para mantener un alto nivel”, agrega Cadena.

Para conservarse arriba se necesita contar con lo mejor. Por esta razón el pertenecer a la selección de baloncesto de Pichincha es algo que se gana. El proceso para elegir a los niños y niñas que puedan dedicarse a este deporte es minucioso. “Tenemos varias formas. La primera es de lo más tradicional: observando”, afirma Cadena. Cada año se realizan torneos Intercolegiales en la provincia, de donde emergen nuevos prospectos. La mayoría son niños y niñas de 11 y 12 años. “Es muy raro que en categoría Juvenil aparezca de la noche a la mañana un deportista que nosotros no lo hayamos conocido desde pequeño”, agrega Cadena.

El sueño de muchas niñas de ser grandes estrellas en este deporte ha crecido. Las buenas actuaciones regionales del baloncesto femenino de UTE a nivel sudamericano ha motivado tanto a hombres como a mujeres. “En un 95% nuestras jugadoras femeninas cuando dejan de ser juveniles pasan a clubes o a universidades”, cuenta Cadena.



## Básquet



El nivel del básquet en Ecuador ha bajado por la falta de competiciones de élite. La restructuración de la Liga Ecuatoriana de Baloncesto es una de las motivaciones para que los juveniles sueñen en jugar como profesionales.

La mayor motivación es el poder formar parte de la Selección Nacional de Básquet del Ecuador. En Pichincha, tres jugadores 'Senior' representan al país. "Aquí no tenemos problemas de que los chicos vengan a entrenar, el problema es que vengan muchos", afirma Flores.

Otra forma de encontrar nuevos talentos es por medio de la convocatoria pública. A través de medios de comunicación y redes sociales se invita a chicos y chicas "a probarse" en el mes de febrero, antes de que arranquen los entrenamientos. Las convocatorias siempre son masivas. "Este año tuvimos alrededor de 500. De esos se seleccionan unos 50 que tengan condi-

ciones y luego se los va eliminando hasta tener 20", cuenta el entrenador Flores.

El proceso de eliminación se da por varias razones. La primera es la destreza que tiene el juvenil para manejar el balón con las manos. La ventaja de este deporte es que su práctica es muy común en los colegios. En la mayoría de parques de la capital se puede encontrar una cancha de baloncesto. Sin embargo, no todos tienen lo que se necesita. "Muchos llegan sin fundamentos básicos como saber que es un doble, cómo lanzar la pelota y en muchos casos cómo rebotarla", cuenta Vilatuña.

La segunda razón es el físico. El baloncesto es un deporte para gente alta. Muchos chicos no son seleccionados por ser bajos. "Los padres de familia no entienden y nos acusan de que no les damos una oportunidad a todos", afirma Cadena. El coordinador de la CDP añade que "generalmente Guayas, Manabí y El

Oro tienen muchísima más estatura que la nuestra, por lo que necesitamos solo a los más altos".

Una vez seleccionados, el entrenamiento empieza. La falta de altura se compensa con un gran nivel técnico en los fundamentos del básquet como la disciplina, la táctica, una buena filtración y buenos lanzamientos. Para los que recién ingresan se comienza con trabajos en la parte técnica para mejorar el dominio del balón y la cobertura. "Una vez que los chicos dominan los fundamentos, mejoramos la preparación física que la hacemos con el mismo implemento, el balón", cuenta Flores. Finalmente, cuando llegan a las categorías Prejuvenil y Juvenil se comienza el trabajo intensivo en los sistemas, estrategias y movimientos ofensivos y defensivos del baloncesto.

Este proceso de seis años continuos de formación puede llegar a ser muy sacrificado para algunos chicos. Como exigen-

cia de la CDP, los estudios de los deportistas no pueden ser abandonados. A esto se suma que no todos los 20 seleccionados participan en los torneos nacionales. Un último corte se realiza en cada categoría antes de iniciar estos torneos y se reducen a 12 jugadores. La desmotivación ante el nivel competitivo que hay puede ocasionar que tiren rápidamente la toalla.

Para los que se mantienen, las recompensas vienen solas. En este 2014, Pichincha fue vice campeón de los juegos nacionales masculino y femenino en la categoría 'Prejuvenil'. En la categoría 'Juvenil', las chicas fueron las campeonas de los juegos. "Siempre les aconsejamos que tienen que tener más horas de entrenamiento, así sea una hora antes o después del entrenamiento para mejorar fundamentos. Los que siguen estas recomendaciones, son los que llegan a ser de élite", concluye Cadena. ■

## Atletismo



## DISCIPLINA, EL FUNDAMENTO DEL ATLETA

*El atletismo es uno de los deportes tradicionales en nuestro país. Desde pequeños se enseñan las bases de este deporte para poder desarrollar un físico óptimo. Este no solo consiste en correr y saltar; se basa en la disciplina y dedicación, algo que se debe cultivar en los atletas desde una temprana edad.*

**J**ean Jácome se levanta todos los días a las seis de la mañana. Luego de un buen desayuno, deja su casa en Carcelén para ir en bus hasta la pista atlética de 'Los Chasquis'. Aquí entrena de 9 a 11h30, antes de ir al colegio. Por la tarde él regresa para su segundo turno de entrenamiento de 16 a 18h30 para luego volver a su casa y dedicarse a sus estudios. "Cuando yo corro siento que hago algo que me gusta, me siento feliz y que puedo jugar y divertirme sin sufrir", afirma Jean.

Él tiene 17 años y es atleta de la Concentración Deportiva de Pichincha -CDP- en la prueba de los 800 metros planos. Desde los nueve años se ha dedicado al atletismo en alto nivel cuando vino a probarse en las formativas de la

CDP. "Te piden unas marcas de tiempo y debes estar dentro de ellas, si no lo logras no te aceptan ya que en Pichincha se necesitan buenos atletas", cuenta Jácome.

La provincia de Pichincha ha formado atletas de élite a lo largo de los años en esta pista olímpica. Lo único que se ve por todo lado es atletismo, en sus diferentes variaciones. Llama la atención la edad de muchos de estos jóvenes atletas. Niños y niñas desde los nueve años compartiendo el espacio con los jóvenes de 17 y 18, todos con la misma disciplina y pasión por este deporte.

No todos pueden entrenar atletismo en 'Los Chasquis'. La motivación para dedicarse a este deporte arranca de di-

versas formas: tradición de una familia de atletas, buen nivel físico y la más común: influencia de los atletas consagrados, esos que salen en televisión. En 1996, luego de que Jefferson Pérez consiguió la primera medalla de Oro para Ecuador en un Olimpiada, el número de niños y niñas que vieron al atletismo con buenos ojos explotó. "A los ocho días se llenó de pequeños que querían marcha, solo eso. Uno alzaba las piedras de aquí y salían marchistas", afirma Félix Sánchez, entrenador de las formativas en 'Los Chasquis'.

Es un fenómeno que se ha repetido con Hugo Chila -campeón del Mundo en salto triple- y con Álex Quiñonez -finalista en los 200m planos en las Olimpiadas de Londres 2012-. "Hay chicos que

les gusta por el 'boom', por el momento. Cuando el entrenamiento comienza a ser fuerte empiezan las excusas", asegura Sánchez.

### Ingreso a formativas

CDP realiza baterías de selección a lo largo de la provincia. Para éstas se convocan a los mejores atletas de cada colegio, escuela o particulares que quieran probar su rendimiento. Los entrenadores seleccionan a los niños y niñas más aptos, los que cumplan los tiempos establecidos y a aquellos que presenten una buena actitud.

Para los atletas seleccionados el camino hacia las competencias es largo. "Se comienza con tres veces a la semana, muy ligero. Luego los días van subiendo de cuatro hasta

## Atletismo

seis veces por semana dependiendo de la temporada de competencia”, cuenta Sánchez.

La exigencia física que tiene el atletismo es demasiado fuerte para muchos y su entusiasmo por la práctica se esfuma, a tal punto que dejan los entrenamientos. “Acá decimos que los atletas son masoquistas y los entrenadores sádicos. Hay días de dolor, mucho dolor para los chicos”, comenta Sánchez.

Por esta razón, lo que más se fomenta en un inicio es la disciplina para poder aguantar el régimen de entrenamiento. Las rutinas son escalonadas y se van complejizando. Se inicia con prácticas más lúdicas con sogas, aros y arena. Luego se mejoran los vacíos – falta de coordinación, fuerza, agilidad y flexibilidad- que tienen los chicos seleccionados. Se crean ciertas mesetas para luego ponerlos a prueba y evaluar

individual se centra en los entrenamientos. Cada sección es más puntual y personalizada hacia las necesidades del atleta. Cada chico tiene su tabla de trabajo y los entrenadores conocen las falencias y fortalezas de cada uno. El atletismo es el deporte base que ayuda a desarrollar un buen nivel físico dinámico, velocidad y fuerza. “Muchos de los atletas que no destacaban, ahora se encuentran en varias formativas de equipos de fútbol”, afirma Mauricio Cadena, Metodólogo de las formativas en “Los Chasquis”.

La fuerza mental de cada atleta lo lleva a motivarse cada día para continuar porque en este deporte, muy pocos son los que llegan arriba. “De 500 que entran, solo 5 o hasta 1 llegan a la cima. El paso para ser un atleta de élite es de años llenos de sacrificios.”, afirma Sánchez.

deben estudiar porque si no, lo primero que los padres cortan es el atletismo, para mejorar el rendimiento académico”, cuenta el entrenador Sánchez. Para que esto no suceda, la CDP brinda diferentes opciones a sus atletas con el plan académico, el que les permite estudiar a distancia. Muchos jóvenes, como Jean Jácome, asisten al ‘semipresencial’ para poder seguir con sus entrenamientos.

### Nivel competitivo

Ecuador es un país que cuenta con un nivel alto de atletas. Por la diversidad étnica, existen diferentes niveles físicos que se adaptan a las pruebas. Según el entrenador Sánchez, se deberían canalizar por sectores las especialidades del atletismo en el país. “En Cuenca está lo mejor de marcha. Acá lo importante es medio fondo y fondo por nuestra condición de altura y en la Costa son velocistas y salta-

dores”. La competencia es alta en el país por el buen número de atletas que tiene cada provincia. Sólo en Pichincha hay 200 deportistas de élite activos en competencia.

Los campeonatos y juegos nacionales se dividen en seis categorías. La primera es la Mini para niños y niñas de 10 a 11 años. Después están la categoría infantil, cadetes, menores y juvenil. La última es la senior, para adolescentes de 16 a 18 años. Si el rendimiento es lo suficientemente alto, la competición internacional es una realidad. Jean Jácome compitió en mayo en el Campeonato Sudamericano Prejuvenil en Cali, Colombia. Su buen entrenamiento y sacrificio trajo resultados al terminar en tercera ubicación en los 800m planos. “Me fue bien, fue una linda experiencia. Cuando estaba en la pista me sentí muy nervioso, pero apenas salí me olvidé de todo”, concluye Jean. ■

“Cuando yo corro siento que hago algo que me gusta, me siento feliz y que puedo jugar y divertirme sin sufrir”

su nivel. Cuando se ve mejoría, se sube el nivel de exigencia física y se los encamina a la prueba - velocidad, saltos o lanzamientos- para la que sean más aptos.

### Ventajas y desventajas

Los chicos deben aprender a convivir con la soledad de este deporte. A diferencia de los deportes en conjunto, en el atletismo te vales por ti mismo. “Los chicos realmente necesitan combatir contra ellos mismos para dedicarse de neto al atletismo. Eres tu contra la sombra que proyectas en el piso”, comenta Sánchez.

La ventaja de ser un deporte

### Vida sacrificada

“Cualquier deportista que quiera tener un buen rendimiento no tiene una vida común. Debe olvidarse mucho de la distracción social, dedicarse al estudio y al entrenamiento y descansar en el poco tiempo que le queda”, afirma Cadena. La vida de los jóvenes se ve alterada. Cadena añade que, “no es fácil para un chico adolescente que recién está conociendo el mundo tener que sacrificar las horas de ocio por entrenar”.

La prioridad de los chicos deben ser los estudios. “Yo siempre les digo a mis chicos que



## Tenis

# LAS COMPLICACIONES DE LA RAQUETA

*Varias dificultades se presentan para quienes anhelan ser tenistas profesionales. Tener un alto nivel, un buen estado físico y contar con los recursos económicos necesarios para vivir de golpear la bola con una raqueta.*

El tenis es un deporte diferente al resto. A lo largo del tiempo se lo ha considerado como una práctica elegante, fina y no apta para todos. Quienes buscan ser profesionales tienen que enfrentar muchos obstáculos que se debe tener entre raqueta, bola y mente es fundamental para su práctica.

Usualmente, la formación de los chicos y chicas arranca desde los 6 años teniendo como base la dedicación y constancia. "En este deporte se pierde mucho, se debe saber sobrellevar la derrota y seguir entrenado con las mismas ganas", afirma Paula Rasada, entrenadora argentina de la

Concentración Deportiva de Pichincha.

El reclutamiento es distinto en este deporte. A diferencia de otros, aquí uno se inscribe en los distintos clubes y le paga al entrenador para mejorar su nivel. "Cada club tiene su escuela de tenis y su centro de alto rendimiento para que luego puedan llegar a nivel profesional", cuenta Germán Gallegos, coordinador de la Federación Internacional de Tenis (IFT, por sus siglas en inglés) para el desarrollo en el Ecuador y presidente de la Comisión Técnica de la Federación Ecuatoriana de Tenis (FET).

El comienzo es clave. Aquí se

observa quiénes tienen las habilidades y coordinación para golpearle a la bola. Los fundamentos que se enseñan van desde agarrar la raqueta hasta saber cómo pararse al recibir. "Se va observando si el chico se va formando de una forma adecuada y si en verdad tiene aptitudes o no", añade Rasada.

Una vez que las chicas y chicos aprenden y van mejorando su técnica el siguiente objetivo es conseguir una beca en alguna academia de tenis en Estados Unidos para pensar en ser profesionales. Gallegos consiguió esta beca a finales de los ochenta. Luego de casi 4 años de duro entrenamiento, debutó como tenista profesional.

Desde muy pequeños, junto con su amigo Nicolás Lapentti, encontraron su profesión. "A los 9 años ya sabíamos con Nico que queríamos jugar al Tenis profesionalmente", cuenta Germán. Lamentablemente, en su primer año como deportista de élite una lesión lo apartó de las canchas. "Tuve problemas en la columna, que requería una operación. Los doctores me recomendaron que no juegue más", añade Gallegos. Los problemas físicos son muy recurrentes en tenistas y pueden perjudicar su carrera. Muchos talentos han tenido que dejar sus sueños por lesiones de rodilla, columna o muñeca.

Una manera de evitar tantas



## Tenis



lesiones es con equipamiento de alto nivel. Los zapatos que se usan en las distintas superficies del tenis –arcilla, cemento, césped- son fundamentales para evitar estos problemas. También la raqueta es esencial por el agarre. Sin embargo, el precio de los implementos es muy elevado. “El tenis a nivel mundial es un deporte que está considerado dentro de los más caros. Se necesitan zapatos específicos, raquetas buenas, pagar a los entrenadores. Es un deporte costoso”, afirma Raseda.

Conseguir auspiciantes es más difícil por ser un deporte individual. Con los buenos resultados llega el apoyo. “Los que están en el top 100 para arriba comienzan a vivir del Tenis, antes no”, añade la entrenadora.

Muchos jóvenes tenistas han tenido que dar un paso al costado por los altos costos de este deporte. Stefan Carrera se formó desde pequeño con ayuda de su tío. A los 12 años in-

gresó a un club para poder elevar su nivel y competir. Hoy este deporte ha pasado a ser su hobby y no su profesión. “Si no tienes auspiciantes es muy difícil pagar todo lo que te exige el tenis”, añade Carrera.

Otro gasto bastante elevado es el del entrenador. A diferencia de otros deportes, en el tenis el entrenador es personal. Cuando el juvenil comienza a competir en diferentes torneos necesita no solo pagar su inscripción, también el traslado y mantenimiento de quien le entrena. “Si ya quieres estar en alto rendimiento necesitas un entrenador personal, al cual para las competencias debes pagarle todo”, afirma Gallegos.

Ecuador ha producido buenos tenistas a lo largo de su historia. El logro más sonado lo consiguió en 1990 Andrés Gómez, al coronarse campeón de Roland Garros. “En Ecuador el tenis, hasta más que el fútbol, es el deporte que mejores resultados ha tenido a

nivel mundial. Lo único que nos ha faltado es tener un ecuatoriano de número uno en la nueva era del ranking ATP, porque antes de ese ranking, Pancho Segura era el mejor del Mundo”, asegura Gallegos. Hoy los tenistas profesionales se encuentran en un limbo. Oscilan entre los puestos 500 al 200 en el Ranking Mundial de la Asociación de Tenis Profesional (ATP).

Es por esto que la búsqueda de nuevos talentos es necesaria.

La ITF junto con el Ministerio del Deporte tienen planeado un proyecto de desarrollo del tenis. Este se iniciará con la entrega de implementos –redes, raquetas y bolas- a escuelas en seis provincias del país. Luego, se seguirá con la creación de un centro de alto rendimiento en Guayaquil. “La idea es becar a los más aptos para poder llevarlos a los diferentes clubes para que los niños entrenen ahí y luego vayan a este centro”, cuenta

Gallegos. Así, al bajar los costos de formación, se da un gran apoyo a los tenistas del futuro.

Por ser un deporte costoso, el Ministerio del Deporte ayuda a muchos tenistas con un ‘Plan de Alto Rendimiento’. Este califica su desempeño en torneos locales e internacionales y los premia con dinero. “Nuestros mejores chicos están recibiendo 60.000 dólares, que realmente no llega a alcanzarles, pero ayuda mucho”, afirma Germán. Otra forma de incentivar a nuevos talentos es con la creación de nuevos torneos de alto nivel.

Desde el 2015, Quito contará con un torneo mundial ATP 250 en el cual participarán jugadores de élite. “Hemos realizado casi tres veces más el número de torneos del que se realizaba en seis años y eso da mucha esperanza para el desarrollo futuro de este deporte en nuestro país”, concluye Gallegos. ■



## "EL JOVEN ES MÁS ATREVIDO"

*Independiente del Valle ha sorprendido al fútbol nacional por su meteórico ascenso en las categorías del campeonato nacional gracias a su apuesta deportiva: una íntegra formación de los juveniles. Santiago Morales, gerente general del club, explica más sobre el éxito de sus formativas.*



**¿A qué crees que se debe el rápido posicionamiento de Independiente en el fútbol nacional?**

Siempre estuvo abandonado ese mercado de la formación de los juveniles. Hubo un buen proceso en los años 80-90' con El Nacional, Liga también tuvo buenos procesos pero quizás ya que la hinchada exigía buenos resultados, muchos jugadores no pudieron ser tan relevantes. Nosotros analizando eso y viendo la realidad de nuestro club, sin muchos ingresos en un inicio, creíamos que lo más óptimo era tener

una cantera de jugadores que iban a tener su oportunidad en el equipo de primera. Con ello abarataríamos la nómina y reforzaríamos solo en lo necesario.

Empezamos en el 2009, cuando veíamos que el club tenía oportunidades de ascender a la serie A. Jugábamos con 4 o 6 juveniles en el equipo y ganamos 9 partidos seguidos, los últimos, con lo que quedamos campeones de la serie B. Estos juveniles en ese tiempo tenían 16, 15 años y nos sorprendieron. Con toda esa experiencia la idea se fortaleció

y nos llenó de energía para seguir adelante. Fichamos chicos sub 16, 14 y 12 para arrancar desde temprana edad el proceso. Llegaron muchos chicos de gran nivel que hoy se encuentran en el equipo de primera. Estamos haciendo una formación global de las personas, un crecimiento personal con buena educación, buena alimentación, vivienda, vestido, con buenos fisioterapeutas y médicos para que su formación llegue al 100% y puedan debutar como profesionales sin ningún problema.

**¿Cuál es la mayor diferencia entre los jugadores con más experiencia y los juveniles?**

El joven es más atrevido. Tiene esa ilusión de llegar al fútbol de primera y triunfar. Toda su concentración está ahí para poder sacar adelante a su familia y ven como único instrumento al fútbol. Siempre el hecho de llegar a ser profesional tan joven da esa chispa: ponerle ganas diferentes a las del jugador maduro que prioriza cuidar su físico para jugar más años y hacer más dinero.

Un futbolista deja de jugar a los 35 años en promedio y si va a buscar un empleo en la empresa privada se le dificulta, lo que sabe hacer es jugar fútbol. Eso es lo que nosotros tratamos de cambiar en nuestros jugadores: ampliarles la mente sobre la obligación de tener otra alternativa cuando se termine el fútbol. Es un deporte ingrato que puede terminarse por una lesión o porque

no estás bien futbolística y físicamente. Por eso inculcamos una formación global para que triunfen en la vida como personas de bien.

**¿Cómo influye el trato que reciben los juveniles?**

Al 100%. La mayoría de chicos que llegan vienen de hogares disfuncionales en los que fueron criados con golpes, insultos, peleas familiares y eso se vuelve normal para ellos. Muchos de ellos llegan faltos de cariño, de comprensión, de conversación, sin una imagen de familia. En el Complejo, de alguna manera, tratamos de compensar eso, aunque nunca va a ser lo mismo ya que padre y madre son irremplazables, pero tratamos de ayudarlos de alguna manera. Se van sintiendo a gusto y ellos responden con un buen rendimiento. Hemos enseñado a muchos desde cero: a leer y escribir antes de que pateen un balón. Todos nuestros sueños y objetivos se van cumpliendo gracias a esto y vamos en muy buen camino.

**¿Crees que una de las soluciones a la crisis del fútbol ecuatoriano es enfocarse en las formativas?**

Completamente. Poco a poco los clubes se van dando cuenta de que éste es el modelo. Con el trabajo de este año, hemos llegado a conseguir cosas importantes. No hay que tenerle miedo a estos chicos que tienen las mismas ganas y condiciones que cualquier otro jugador. ■