

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Periodismo deportivo y medios sociales: Un análisis de las transformaciones en las secciones deportivas de noticieros de televisión por las transmisiones de *El Canal del Fútbol* de Qatar 2022 por Youtube

Martín Alexander Velasco Erazo
Periodismo

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Periodista

Quito, 22 de diciembre de 2021

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

Periodismo deportivo y medios sociales: Un análisis de las transformaciones en las secciones deportivas de noticieros de televisión por las transmisiones de *El Canal del Fútbol de Qatar* 2022 por Youtube

Martin Alexander Velasco Erazo

Nombre del profesor, Título académico

**Pamela Johana Cruz Páez, maestra en
Ciencias Sociales con mención en Comunicación**

Quito, 22 de diciembre de 2021

© DERECHOS DE AUTOR

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

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

Nombres y apellidos: Martin Alexander Velasco Erazo

Código: 00209115

Cédula de identidad: 1717592552

Lugar y fecha: Quito, 22 de diciembre de 2021

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

En este trabajo relacionado con el periodismo deportivo y las Eliminatorias de Qatar 2022, se analizaron las transformaciones en las secciones deportivas de los noticieros estelares por la migración del contenido de *El Canal del Fútbol* a la plataforma de YouTube.

El objetivo principal de esta investigación era el poder entender: ¿Cuáles han sido las principales transformaciones que han sufrido las secciones deportivas de los noticieros de televisión estelares por las transmisiones de El Canal del Fútbol de Qatar 2022?

Para entender esta transición de este medio de la televisión tradicional a las plataformas de *streaming* y los cambios que conllevaba esta migración, se realizó un *paper* dentro del capítulo uno. En este se registran los resultados de un proceso de análisis de contenido durante un lapso de 15 días y se registró la información en una matriz que fue dividida en diferentes categorías. El material analizado fue 67 segmentos deportivos de los medios de comunicación *El Canal del Fútbol*, *Gol TV* y *Directv Sports*, que son los que más contenido crean relacionados con las Eliminatorias Qatar 2022.

Al hacer este análisis del contenido de cada uno de estos medios, se pudo evidenciar la diferencia de formatos utilizados por *El Canal del Fútbol* que eran más adaptados a la plataforma de *streaming* YouTube en comparación a otros medio como *Gol TV* que solo utilizaba sus formatos televisivos para rellenar su canal de YouTube y *Directv Sports* que no tenía presencia en la plataforma y todo era por la televisión. A partir de esto, se concluyó que la transición de *El Canal del Fútbol* a las plataformas de *streaming* ha afectado a los formatos noticiosos dentro del periodismo durante las Eliminatorias de Qatar 2022.

A partir de la información recopilada, en el capítulo dos se creó una página web (<https://martinvelasco98.wixsite.com/website-3>) relacionado con el tema analizado y con la información registrada previamente. Adicionalmente, se crearon dos formatos multimedia: un

video-reportaje (Un mundial al alcance de tus manos) y un podcast (La nueva era del periodista deportivo) que fueron publicadas en la misma página.

Se pudo llegar a la conclusión que esta migración sí ha tenido un efecto directo dentro de las programaciones de *El Canal del Fútbol*. Esta nueva plataforma ha exigido al medio a tener que adaptarse a nuevos formatos que se adapten más al público que interactúan dentro de ella y que consuman su contenido.

Palabras clave: Fútbol, Youtube, televisión analógica, televisión digital, telediarios

ABSTRACT

This research analyzed the transformations in the sports sections of the stellar newscasts' sports sections of *El Canal del Fútbol* of the Qatar 2022 on YouTube.

The main purpose of this research was to understand: What have been the main transformations in the sports sections that the stellar television newscasts have suffered due to the broadcasts of Qatar 2022 on *El Canal del fútbol*?

To understand this transition of this medium from traditional television to streaming platforms and the changes that this migration entailed, a paper was presented in chapter one. In this, the results of a content analysis process were recorded during a period of 15 days and the information was recorded in a matrix that was divided into different categories. The material analyzed was 67 sports segments of the media *El Canal del Fútbol*, *Gol TV* and *Directv Sports*, which are the ones that create the most content related to the Qatar 2022 Qualifiers.

By doing this analysis of the content of each of these media, it was possible to show the difference in the formats used by *El Canal del Fútbol* that were more adapted to the YouTube streaming platform compared to other media such as *Gol TV* that only used their television formats to fill in its YouTube channel and *Directv Sports* that had no presence on the platform and it was all television content. From this, it was concluded that the transition of *El Canal del Fútbol* to streaming platforms has affected the news formats within journalism during the Qatar 2022 Qualifiers.

From the information collected in chapter two, a web page (<https://martinvelasco98.wixsite.com/website-3>) related to the subject analyzed and the information recorded was created. In addition, two multimedia formats were created: a

video-report (Un mundial al alcance de tus manos) and a podcast (La nueva era del periodista deportivo) that were published on the web page

Key words: Soccer, Youtube, analog television, digital television, newscasts

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	12
Pregunta de investigación	16
Objetivos	16
Diseño metodológico	17
Capítulo 1: TRANSMISIONES POR PLATAFORMAS DE <i>STREAMING</i> : ANÁLISIS DE LA TRANSICIÓN DE <i>EL CANAL DEL FÚTBOL A YOUTUBE</i>	20
1.1 Marco contextual	20
1.2 Marco referencial	22
1.3 <i>Paper</i> y revista <i>Axioma</i>	24
1.4 <i>Paper</i> redactado	25
Capítulo 2: CAMBIO DE CANCHA: LA MIGRACIÓN DE LAS ELIMINATORIAS QATAR 2022 A LAS PLATAFORMAS DE <i>STREAMING</i>	46
2.1 Cronograma y presupuesto	46
2.2 Proyecto multimedia	48
2.3 Primer formato	49
2.4 Segundo formato	49
Capítulo 3: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
Referencias bibliográficas	54
Anexo A: Enlace a matriz de codificación de datos	57
Anexo B: Enlace de preguntas de entrevista a Oscar Portilla y Gabriela Alcívar	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cronograma de investigación y proyecto multimedia	47
Tabla 2: Presupuesto para proyecto multimedia	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfica de las secciones deportivas transmitidas en un lapso de 15 días por cada medio.....	35
Figura 2: Gráfica de número de cada secciones deportivas transmitida en un lapso de 15 días	36
Figura 3: Gráfica de secciones Eliminatorias Qatar 2022 en el lapso de 15 días.....	37
Figura 4: Gráfica de la presencia de invitados en los programas	38
Figura 5: Gráfica de la presencia de invitados en los programas	39
Figura 6: Gráfica de Gráfica del Crecimiento del número de suscriptores en YouTube de los canales de los medios en un año (miles)	40
Figura 7: Gráfica del porcentaje de formatos creados por cada medio exclusivamente para plataformas digitales	40

INTRODUCCIÓN

El periodismo deportivo ha sido una de las secciones noticiosas más rentables desde sus inicios, en el año 1895, en los medios escritos. William Randolph Hearst fue el primero en añadir la sección de deporte en su diario, *The New York Journal*, y obligó a su competencia a seguir los mismos pasos por lo exitosa que fue su iniciativa (Edesa, 2014). El deporte dentro de los medios no solo fue de momento sino que se convirtió en una de las secciones más rentables. En un estudio de Iván Pérez (2009), se analiza lo importante que puede llegar a ser un evento deportivo magno o los éxitos deportivos para el despegue o no de sus ingresos económicos por publicidad en medios de comunicación. En su estudio menciona cómo la eliminación de Inglaterra de la Eurocopa, en el 2008, le generó una pérdida a los diarios ingleses de 37 millones de euros.

Por otro lado, en Ecuador, según Daniel Costa (2016), el periodismo deportivo se comenzó a consolidar mediante las radios a partir de los años 50 e incrementó el interés por el estudio del deporte, el fútbol, la narración y redacción deportiva en el país con Blasco Moscoso Cuesta y Alfonso Laso Bermeo, como periodistas referentes. Ahora solo el fútbol en el Ecuador genera alrededor de 90 millones de dólares en publicidad y derechos de televisión (Tamba, 2018).

Más adelante, con la llegada de la televisión, se posicionó como un ente de cambio dentro de la actividad del periodismo deportivo. La televisión transformó las dinámicas periodísticas a causa de su aparición como medio de información y cubrimiento deportivo (Mora, 2019). Esta supo cómo aprovechar sus transmisiones audiovisuales y conseguir una audiencia amplia que luego se convertía en una remuneración económica atractiva para el medio. Algunos de estos eventos que atraen bastante atención social son las olimpiadas o campeonatos mundiales de fútbol o baloncesto (Edesa, 2014). A pesar de lo importante que

suelen ser estos eventos deportivos para la manutención de los medios, poco a poco con la llegada del internet y las plataformas digitales que han nacido de él, le han quitado protagonismo.

Los cambios que implican la llegada del Internet, son aspectos fundamentales a la hora de hablar sobre el periodismo deportivo actual (Mora 2019). En esta nueva época, la tecnología ha obligado al periodista deportivo a ser un profesional polifacético y enfrentarse a temas como la inmediatez. Durante esta época, hubo un desarrollo general del deporte y el periodismo lo que implica que este último requiere nuevas formas de transmitir los eventos deportivos (2019).

En los últimos años, los ecuatorianos han sido testigos de este cambio que está ocurriendo en las transmisiones audiovisuales de los eventos deportivos. *El Canal del Fútbol* fue el pionero en transmitir los partidos de la selección de Ecuador de las eliminatorias Qatar 2022. Según *Bendito Fútbol* (2018), un medio especializado en deportes de el grupo *El Comercio*, la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF) esperaba recibir un monto de 12,3 millones de dólares por los derechos de transmisión en el 2018 y según las auditorías encontradas en la página web de la FEF en los años posteriores (2019 y 2020) recibieron un poco más 11 millones de dólares.

La primera sorpresa fue que el medio futbolístico decidió transmitir este evento por una plataforma conocida por muchos pero nunca usada antes para estos partidos que fue YouTube. Otra de las novedades era que *El Canal del Fútbol* cobró una suscripción mensual de \$6.99 pero la gente no lo tomó bien al principio. Claramente sabían al mercado que apelaban ya que, en el 2019 se registró que un 45% de la población mundial tiene acceso al internet (García y Rodríguez-Vazquez, 2020) y en el Ecuador, según *INEC* (2020), el 53,2% de los hogares del Ecuador tienen acceso al internet; lo cual es una estadística que está por encima del promedio mundial.

Es importante analizar la evolución de *El Canal del Fútbol* que comenzó como un canal de televisión y luego migró a una plataforma como YouTube; que según Maddy Osman (2021), tiene 2 billones de usuarios activos que equivale a un tercio de todos los usuarios de internet. Si nos adentramos más en el Ecuador, según Clay Alvino en su artículo *Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021*, en el Ecuador 9.5 millones de ecuatorianos están activos en la plataforma que implica más del 50% de la población.

Estos cambios en el periodismo fueron previamente resaltados por Robledo-Dioses (2017), que sostiene que el periodismo se encuentra constantemente evolucionando y que es necesario no ignorar los cambios que muestra la profesión.

María Alejandra Dueñas (2016) plantea en su investigación *La banca deportiva: el impacto de los nuevos medios en el periodismo deportivo* cómo YouTube se ha convertido en un plataforma que ha facilitado a las personas expresar diferentes puntos de vista sobre el deporte y el comienzo del fenómeno de los ‘Youtubers’:

En este tipo de formato se maneja el video donde personajes como Deportologia hablan desde su punto de vista sobre diferentes deportes, cada seguidor y cada visita les representa una medición económica o de imagen para promocionar sus contenidos o puntos de vista frente al deporte (Dueñas, 2016, p.53).

Para el *Canal del Fútbol* esta es una realidad. Según Social Blade (2021), desde su adquisición de los derechos de transmisión de los partidos de eliminatorias Qatar 2022 en octubre del 2020 hasta diciembre del 2021, el medio incrementó 284 mil seguidores y las vistas de sus videos en un 56%. En su canal oficial de *YouTube* también han añadido contenido diverso con relación al fútbol como noticieros y programas de debate que la gente puede consumir adicional a los partidos.

Dentro de la academia ecuatoriana se ha estudiado varios ámbitos dentro del periodismo deportivo. Jefferson Sanguña realizó una investigación para conocer si existieron o no elementos transnacionales y transmediáticos que se hayan incorporado al periodismo deportivo de investigación del país (2018). Hasta ese momento en el Ecuador se habían realizado libros y tesis sobre el periodismo de investigación pero ninguno de esos trabajos ha visto a ese tipo de periodismo desde los enfoques transnacionales y transmediáticos y ninguno abordaba la temática deportiva.

En épocas de mercados de fichajes dentro del fútbol ecuatoriano la prensa toma un rol importante dentro de este periodo. Felipe Nuñez (2020) analiza el aumento de rumores y amarillismo por parte del periodismo deportivo. Investigó cuál es la calidad de los contenidos informativos en tres medios digitales nacionales como, *El Comercio*, *Radio La Red* y *Primicias*, en la última ventana de pases, de diciembre del 2020 a marzo del 2021.

El fútbol, también, ha sido analizado desde un ámbito social. Fernando Carrión (2012) analiza los brutales inicios del fútbol y cómo la violencia existió desde sus inicios siendo desde su origen un deporte un mecanismo para batir y aniquilar al enemigo. Tan es así que en Inglaterra, la primera “pelota” utilizada para jugar fútbol fue la cabeza de un soldado romano muerto en batalla 3. Tan brutal y sangrienta fue esta práctica que se llegó a prohibirse en varios momentos y lugares (2012).

Domingo Valencia (2018) se centró en el contexto de las entrevistas se da en el marco de los partidos de las Eliminatorias del Mundial de Fútbol Rusia 2018. El tema a analizar fue la presencia de la interculturalidad en las radios deportivas de Quito usando un caso de estudio. Para esto diseñó una metodología de análisis de espacios de entrevista radiales que da cuenta del espacio e inclusión periodística para así identificar que dichos espacios pueden ser considerados interculturales frente a los protagonistas de la selección ecuatoriana de fútbol durante el Mundial de Rusia 2018 (2018).

Ante estos temas investigados dentro de la academia, y específicamente la Universidad San Francisco de Quito, es importante analizar esta nueva alternativa que ha tomado el medio deportivo ecuatoriano *El Canal del Fútbol* de transmitir las eliminatorias Qatar 2022 por un medio digital como YouTube. Dentro de los textos mencionados no se ha realizado un análisis de *El Canal del Fútbol* y sus transmisiones por una plataforma de *streaming* como YouTube del contenido de este evento en específico.

Ante estos argumentos expresados, es evidente que el periodismo deportivo sigue en una constante evolución y poco a poco siguen saliendo nuevas plataformas a la que los medios deben adaptarse para poder seguir llegando a su público de manera más efectiva y directa (medios deportivos y su rentabilidad). Este trabajo buscará analizar ¿cuáles son las transformaciones en las secciones deportivas de noticieros de televisión por las transmisiones de *El Canal del Fútbol* de Qatar 2022 por *YouTube*?

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

A partir de lo anterior, se registra que la pregunta de investigación que guiará este trabajo es: ¿Cuáles han sido las principales transformaciones que han sufrido las secciones deportivas de los noticieros de televisión estelares por las transmisiones de El Canal del Fútbol de Qatar 2022?

OBJETIVOS

General: Analizar las transformaciones en las secciones deportivas de los noticieros estelares de televisión por las transmisiones de *El Canal del Fútbol* de Qatar 2022, por YouTube

Específicos

- Reconstruir la historia del periodismo deportivo en los medios nacionales, enfatizando en la televisión en su forma de *broadcasting* o *streaming*

- Registrar las definiciones del periodismo deportivo y sus características en la transmisión de coberturas internacionales por *streaming* o por la televisión tradicional
- Diseñar y aplicar una metodología de análisis de los cambios en las secciones deportivas de los medios como *El Canal del Fútbol*, *Gol TV* y *Directv Sports* en contexto de las transmisiones de Qatar 2022 y a partir de los resultados se redactará un paper y se construirá un proyecto multimedia.

DISEÑO METODOLÓGICO

Este trabajo de investigación fue de carácter descriptivo porque pretendió responder la pregunta de investigación de cuáles han sido las principales transformaciones que han sufrido las secciones deportivas de los noticieros de televisión estelares por las transmisiones de *El Canal del Fútbol* de Qatar 2022.

El enfoque de esta investigación fue mixto entre cuantitativo y cualitativo. Durante esta explicación se hizo un análisis de contenido de *El Canal del Fútbol* durante las Eliminatorias Qatar 2022 y su influencia en los medios de comunicación deportivos. Adicionalmente, se buscó una perspectiva por parte de profesionales ante estos cambios dentro del periodismo deportivo.

Se utilizó una metodología mixta con base en análisis de contenido que, según Monje (2011) es un método en el que se maneja material narrativo cualitativo pero se puede unir con un proceso cuantitativo. El análisis de contenido es una técnica que permite interpretar textos, ya sean escritos grabados, pintados, filmados o de alguna otra manera en la que se pueda registrar datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos que al interpretarlo nos lleva al conocimiento a aspectos de la vida social (Abela, 2002).

Por esta razón, el análisis de contenido “se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida” (Abela, 2002, pág 2).

Los medios deportivos que se seleccionaron durante esta investigación fueron: *El Canal del Fútbol (ECDF)*, *Gol Tv* y *Directv Sports*. La razón por la que se escogieron estos tres medios fue porque crean contenido futbolístico y que su programación gira en torno a lo que ocurren durante las Eliminatorias Qatar 2022. *ECDF* es el medio que tiene en su posesión los derechos televisivos de las transmisiones de los partidos de las eliminatorias, y los otros dos son medios deportivos que tienen sedes aquí en Ecuador y que generan contenido noticioso o programas de debates sobre este tema en específico. Por esta razón, todo su contenido se pudo acceder directamente de su cuenta de *YouTube* y analizarse sin mayor problema. Por el lado de *Goltv*, se manejan como canal de televisión pero también tienen su contenido en la misma plataforma que fue fácilmente accesible. *Directv Sports*, por otro lado, no maneja mucho su contenido por plataformas de *streaming* pero su programación tiene a periodistas de peso ecuatorianos que debaten acerca de los mismos temas que los medios mencionados antes.

Se escogió un periodo de 15 días en los cuales se disputaron 3 fechas de las Eliminatorias de Qatar 2022 que corre desde el 1 de octubre del 2021 al 15 de octubre de 2021. Se escogió este año que fue el momento en el que más partidos disputó el Ecuador en un mismo periodo y que se creó más contenido alrededor de este tema para poder analizar. Es un tiempo clave en el área del periodismo deportivo por el cambio de programación que hubo por *ECDF* de transmitir únicamente en señal por cable o satelital a transmitir en un medio de *streaming* como YouTube. Finalmente, el contenido que se analizó es reciente y fácil de acceder lo que hizo que la investigación fluya.

Se escogieron un total de 67 programas diferentes durante este lapso para ser analizados. De esos 67, 39 fueron de *El Canal del Fútbol* (*Arroba Fútbol*, *F de Fútbol*, *ECDF UIO*, *TaQuito*, previas y transmisiones de partidos), 11 de *GolTV* (*Gol Noticias* y *El Show del Fútbol*) y 17 de *Directv Sports* (*Fútbol Total* y *Debate Fútbol*). Luego en una tabla de excel se analizó a cada programa en las siguientes categorías: fecha de transmisión, medio, ubicación, programa, duración total, presencia de hombres y mujeres en los programas, invitados, el tipo de transmisión (zoom o estudio) y si topan temas o no de eliminatorias. Esta matriz fue utilizada dentro de este análisis que se puede encontrar dentro de los anexos.

Capítulo 1

TRANSMISIONES POR PLATAFORMAS DE *STREAMING*: ANÁLISIS DE LA TRANSICIÓN DE *EL CANAL DEL FÚTBOL* A YOUTUBE

Durante las Eliminatorias de Qatar 2022 inició una nueva era en las transmisiones deportivas en el Ecuador. Normalmente, el público estaba acostumbrado a ver todo el contenido que giraba en torno al fútbol por la televisión tradicional por canales como *Gamavisión*, *TC Televisión*, *Teleamazonas*, *Ecuador TV* y *Ecuavisa*. Ahora *Servisky*, la empresa que maneja *El Canal del Fútbol*, tomó una nueva alternativa y dejó priorizar sus transmisiones por televisión por cable y negociar con la empresa Google y hacer las transmisiones por su página web, YouTube, todos los partidos de eliminatorias.

En este capítulo se contextualiza cómo *El Canal del Fútbol* ha transcicionado sus transmisiones de noticias deportivas a una plataforma de *streaming* como Youtube durante las Eliminatorias Qatar 2022 y su impacto en medios deportivos televisivos tradicionales.

1.1 Marco contextual

Luego del último mundial disputado en Rusia 2018, las Eliminatorias Qatar 2022 dieron inicio en Sudamérica el 8 de octubre de 2020. Entre las selecciones participantes se encuentra Ecuador que buscaba dar una ilusión a la gente y buscar un cupo para Qatar luego de no lograr hacerlo para el anterior. Ahora Ecuador se encuentra en tercer lugar con 23 puntos y a nada de clasificar a su cuarto mundial. El medio encargado de llevar las transmisiones de los partidos para que la gente pudiera disfrutar y acompañar a la selección desde sus casas fue *El Canal del Fútbol*. Estos optaron por una plataforma totalmente nueva para los espectadores de fútbol ecuatorianos que fue YouTube. A base de una suscripción de \$6 la gente tiene acceso a todos los partidos de las eliminatorias y contenido noticioso que abordan temas del mismo. Con esto dicho, es importante contextualizar cómo han evolucionado las

transmisiones dentro del deporte a lo largo de los años desde sus comienzos en la radio hasta llegar a plataformas digitales como Youtube.

A pesar de que el periodismo deportivo inició en los medios escritos, la radio fue el primer hogar de esta práctica dentro del Ecuador. El VI Campeonato Sudamericano de Natación disputado en Lima en 1938, fue la primera transmisión deportiva dentro del Ecuador. Las radios que locutaron dicho evento fueron *Ondas del Pacífico* y *Radio el Telégrafo* (Costa, 2016, p,24). Así fue como se da inicio al proceso de periodismo deportivo en Ecuador. El deporte dentro del periodismo empezó a manifestarse a la par con el desarrollo de la radio en Ecuador. Los primeros periodistas deportivos venían de países donde el fútbol ya era parte de su cultura como Argentina o Brasil.

Dentro del medio radial nacieron periodistas reconocidos como Pancho Moreno y Blasco Moscoso que fundaron en 1953 la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha. A partir de esto nacieron radios reconocidas que existen hasta ahora como, *La Red*, *Machdeportes*, *La Deportiva*, *La Redonda*, *Súper K 800*, *Caravana*. Más adelante, con la llegada de la televisión nacieron programas como *Código Fútbol*, *Debate Fútbol*, *El Show del Fútbol* y entre otros (Costa, 2016).

Entre los canales deportivos encontramos a *El Canal del Fútbol* que es el sujeto análisis. Este es un medio exclusivamente de transmisiones de fútbol que empezó como un canal televisivo que se podía visualizar en operadoras de cable específicas. Según Social Balde (2012), en febrero 24 del 2014 este medio abrió por primera vez su cuenta dentro de la plataforma de Youtube. Dentro de esta cuenta el medio subía contenido futbolístico como videos informativos y noticias. Recién para las eliminatorias de Qatar 2022, *El Canal del Fútbol*, decidió hacer una transición de las transmisiones de partidos a la plataforma mencionada antes. Ahora dieron prioridad a Youtube y que sea su principal canal de distribución de contenido dentro del medio. Por aquí suben contenido como noticieros,

programas de debate, transmisiones de partidos tipo radiales y audiovisuales, previas y post partidos y entre otros.

Teleamazonas, Ecuavisa, Canal Uno, Gamavision, Ecuador TV. Todos estos medios tienen algo en común. Cada uno de ellos durante alguna época de la historia de la selección ecuatoriana en las eliminatorias fueron dueños de los derechos de transmisión y eran los encargados de llevar el contenido a los ecuatorianos. *Teleamazonas* y *Ecuavisa* fueron los pioneros en las transmisiones. Ahora *Servisky* decidió optar por adquirir los derechos de transmisión de el camino a Qatar 2022 y ser parte de este grupo privilegiado de haber sido parte de la historia del Ecuador y transmitir a sus compatriotas los partidos. No solo con eso decidieron dar un paso más y desafiar a la televisión tradicional. Negociaron con la empresa Google y llegaron a un acuerdo para transmitir toda la programación de estos partidos por su plataforma YouTube dando así un giro a lo que la gente estaba acostumbrado. Gracias a esta acción tomada, *El Canal del Fútbol*, está a punto de llegar al millón de suscriptores pero por el momento cuenta con 890,000 suscriptores.

1.2 Marco referencial

El Fútbol es un fenómeno contemporáneo que se encuentra vinculado con la política, los medios de comunicación, la tecnología, la cultura, la educación y el espectáculo (Estavillo, 2008). Esta es una actividad sociocultural que al mismo tiempo tiene grandes dimensiones económicas. Junto a los medios de comunicación han trabajado conjuntamente para poder generar más espectáculo y, como consecuencia, incrementar las ganancias económicas de ambos lados (2008).

Las redes sociales, como describen Javier Bundio y Matías Conde (2007), son una plataforma de rápido crecimiento que involucra distintas ramas, proponiendo una perspectiva que se enfoca sobre el desempeño grupal, ya que dentro de su marco, el valor social prevalece sobre

el humano. Esto ha generado que varios medios acudan a estas nuevas plataformas y se reinventen para poder subsistir y mantenerse de la mano con los avances tecnológicos.

A lo largo de los años el periodismo deportivo y la televisión analógica se han retroalimentado ya que desde un principio ambos tuvieron un impacto importante ante la sociedad y juntos han logrado conseguir audiencias millonarias (Edesa, 2014). La televisión pasó de ser un medio informativo a un medio de espectáculo. La relación estrecha entre ambas partes comenzó en el año 1936 cuando se transmitieron los Juegos Olímpicos a casi 150.000 personas. Desde ese momento las empresas periodísticas audiovisuales cambiaron sus programaciones y dieron más tiempo al aire a los contenidos deportivos (2014).

Según el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital de España, la televisión digital es un nuevo tipo de tecnología que recibe y transmite imagen y sonido a través de señales digitales. A diferencia de la televisión analógica, la televisión digital codifica las señales de forma binaria. Gracias a esto es posible tener varias señales en un mismo canal y la creación de aplicaciones interactivas a través de canales de retorno entre el consumidor y productor de contenidos. Este tipo de tecnología permite al usuario tener una mejor imagen y sonido y más variedad de canales y contenidos.

El deporte dentro del periodismo ha llegado a tener tanto alcance que ha ganado un espacio importante dentro de los telediarios. Como cuenta Enrique García Lazo (2016), los telediarios cuentan con un espacio exclusivamente para los deportes, que en algunos casos llega a alcanzar una duración de media hora, de la misma manera que en los periódicos la sección de Deportes es una de las que más páginas contiene. Tal es la importancia del deporte y, por lo tanto, del periodismo deportivo, que existen más periodistas famosos que en ninguna otra especialidad, rivalizando solo con aquellos que presentan los telediarios y los que dirigen los periódicos (2016).

Basada en la tesis de Edwin Sánchez, Pablo Alberto Taquiri (2019), define a YouTube como una plataforma de videos que permite a sus usuarios desarrollar distintas labores con relación a trabajos audiovisuales. Asimismo, viene siendo usada para realizar transmisiones en vivo, llamadas *streaming*. Entre las plataformas digitales que facilitan la labor de millones de profesionales que estudiaron carreras vinculadas a la comunicación, como el periodismo, se encuentra YouTube. Para los periodistas o futuros periodistas, viene a ser un espacio para difundir sus trabajos, y de esa manera ejercer la práctica periodística (2019).

Streaming y *broadcasting* (o telediarios) son dos términos que son importantes definir y diferenciar porque suelen ser confundidos. Es verdad que ambos transmiten pero lo hacen de maneras distintas. “*Broadcasting* se conoce como la transmisión de datos a través de una red de cualquier tipo, que incluso puede ser informática. Puede tratarse de transmisión de audio y video simultáneo en tiempo real (DBS) o de otro tipo” (Noguera, 2017, p.1). En cambio, *el streaming* es un concepto un poco más diferente. “*Streaming* es la transmisión por secuencia y lectura continua de contenido multimedia, realizado a través de redes de computadoras. De este modo el usuario utiliza el producto a la vez que lo descarga” (2017, p.1).

1.3 Paper y Revista *Axioma*

Este paper será enviado para ser revisado y publicado por la revista *Axioma*. Esta se publica de manera semestral luego de ser editada por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede en Ibarra en las áreas de investigación, docencia y proyección social. Es una publicación bilingüe que está dedicada a estudios relacionados a las ciencias sociales y exactas.

La revista *Axioma* publica artículos originales que no han sido publicados con anterioridad en otras revistas. Estos deben enviarse exclusivamente a través del *Open Journalism System* y no pueden estar en proceso de evaluación a la par con la revista *Axioma*.

El manuscrito debe llevar las siguientes especificaciones: deben presentarse en papel tamaño INEN A4, Times New Roman como tipo de letra, tamaño 12 e interlineado 1,15 con márgenes de 2,5 cm en todos los lados. El título debe constar con un máximo de 15 palabras, la introducción 1,500 palabras, metodología entre 1200 y 1500 palabras, resultados 2,500 palabras, discusión y conclusiones 1500 palabras, agradecimientos y referencias bibliográficas 500 palabras.

La estructura debe constar de los siguientes: resumen, abstract, introducción, métodos, resultados y discusión, conclusiones, agradecimientos y referencias. Si hay la existencia de ecuaciones estas deben estar centradas y numeradas consecutivamente, entre paréntesis, justificadas a la derecha. Debe expresarse dentro del texto el significado de cada símbolo. Las ecuaciones se consideran parte de una oración y se deben puntuar en consecuencia.

El concepto del *paper* académico tiene como objetivo publicarse acerca de algo que no se haya realizado o investigado hasta el momento. Este está basado en descubrimientos, investigaciones, o avances científicos. Este debe ampliar el conocimiento de una comunidad o acerca de cierta temática. Este también será utilizado por otros profesionales para contrastarlo, reproducirlo y utilizarlo.

1.4 *Paper* redactado

**Periodismo deportivo ecuatoriano: Análisis de cambios por las transmisiones por
streaming de Qatar 2022**

**Sports journalism in Ecuador: Analysis of the changes due to the broadcasting of Qatar
2022 through streaming**

Martin Alexander Velasco Erazo

Universidad San Francisco de Quito

Resumen:

Dentro de este trabajo se registran los resultados de un análisis de las transformaciones en las secciones deportivas de 67 secciones deportivas estelares de televisión por las transmisiones de *El Canal del Fútbol* de las Eliminatorias de Qatar 2022, por YouTube. Durante esta transición era necesario entender si la acción tomada por el medio iba a causar impacto dentro del periodismo deportivo y los formatos utilizados dentro de las secciones deportivas de las plataformas de *streaming* digitales en comparación a la televisión tradicional. Se hizo un análisis de contenido por un lapso de 15 días y se registró la información en una matriz que fue dividida en diferentes categorías. El material analizado fue 67 segmentos deportivos de los medios de comunicación *El Canal del Fútbol* (medio digital y televisivo), *Gol TV* (medio televisivo) y *Directv Sports* (televisivo), que son los que más topan temas relacionados con las Eliminatorias Qatar 2022.

Al hacer este análisis del contenido de cada uno de estos medios, se pudo evidenciar la diferencia de formatos utilizados por *El Canal del Fútbol* que eran más adaptados a la plataforma de *streaming* YouTube en comparación a otros medio como *Gol TV* que solo utilizaba sus formatos televisivos para rellenar su canal de YouTube y *Directv Sports* que no tenía ni presencia en la plataforma y todo era por la televisión. A partir de esto, se concluyó que la transición de *El Canal del Fútbol* a las plataformas de *streaming* ha afectado a los formatos noticiosos dentro del periodismo durante las Eliminatorias de Qatar 2022. Al ser solo el principio de esta transición, se recomienda seguir pendientes de este proceso que con el tiempo puede traer más cambios dentro de la carrera.

Palabras clave: Fútbol, Youtube, televisión analógica, televisión digital, telediaros

Abstract:

During this work, the transformations of the stellar television newscasts' sport sections due to the streaming of El Canal del Fútbol of the Qatar 2022 Qualifiers, on YouTube, is analyzed. During this transition, it was necessary to understand whether the action taken by El Canal del Fútbol was going to have an impact in the digital streaming of sports sections compared to traditional television broadcasting. During a period of time of 15 days, a content analysis was carried out the data was recorded in a matrix that was divided into different categories. The material analyzed was 67 sports segments of El Canal del Fútbol (digital and television media), Gol TV (television media) and Directv Sports (television), which are the ones that talk the most about content related to Qatar 2022 Qualifiers.

With the content analyzed of the different sports media, it was possible to see the difference in the formats used by El Canal del Fútbol that were more adapted to the YouTube platform compared to other media such as Gol TV that used their television formats only to fill out its YouTube channel and Directv Sports that had no presence on the platform and all their content was broadcasted on their television channel. Based on this, it was possible to conclude that the transition of El Canal del Fútbol to streaming platforms has affected the news formats within journalism during the Qatar 2022 Qualifiers. As this is only the beginning of this transition, it is recommended to continue to monitor this process that over time can bring more changes to sports journalism.

Key words: Soccer, Youtube, analog television, digital television, newscasts

1. Introducción

El periodismo deportivo inició una nueva etapa dentro del Ecuador por la iniciativa de *El Canal del Fútbol* de realizar las transmisiones de las Eliminatorias de Qatar 2022 por YouTube. Ante esto la programación que estaba destinada para transmitirse por televisión analógica, tuvo que transicionar para presentarse por *streaming*.

Ante esto se conocerá el contexto histórico del periodismo deportivo en el Ecuador y cómo este ha ido evolucionando a lo largo de los años. Ante esto se analizará el impacto dentro de esta industria que ha tenido esta iniciativa de *El Canal el Fútbol* al momento de transicionar sus transmisiones deportivas a un medio digital y cómo los medios a su alrededor han tenido que adaptarse a esta decisión.

Esta investigación se lleva a cabo por la acción tomada por el medio de fútbol, El Canal del Fútbol, de transmitir el torneo mencionado con anterioridad por plataformas de streaming. Es un tema que puede causar impacto dentro del periodismo deportivo y que puede ser un punto de inflexión en el que los formatos televisivos evolucionan para adaptarse al público que consume el contenido dentro de estas plataformas.

Para poder analizar este nuevo fenómeno que está ocurriendo dentro del periodismo deportivo se escogieron los dos medios deportivos más fuertes dentro del Ecuador adicionales como, *Directv Sports* y *Gol TV*, para poder hacer un análisis de contenido y ver si existe una transición evidente por parte de *El Canal del Fútbol* en su contenido periodístico. De estos programas se analizaron 67 distintos programas que transmiten en cada uno de los medios y se creó una base de datos para poder registrar la información encontrada dentro de cada uno de ellos y posteriormente hacer un análisis de los resultados encontrados.

Los resultados nos demostraron una diferencia notable dentro de la programación de *El Canal del Fútbol* en comparación al resto de medios. Este medio con la influencia que han logrado tener al ser los dueños de los derechos de transmisión de las eliminatorias sudamericanas, ha comenzado a crear nuevos formatos que se adaptan más a la nueva plataforma y que comienza a diferenciarse con lo que se puede ver en la televisión tradicional. Hay programaciones en las que ya se nota un cambio en las secciones deportivas como TaQuito, ECDF UIO y Arroba Fútbol que ya no se rigen por los lineamientos de la televisión tradicional. Como consecuencia su canal ha crecido en suscriptores de manera

constante a lo largo de los meses y cada vez su audiencia es más grande. *Gol TV* sigue dando más importancia a los formatos televisivos tradicionales y solo suben el contenido previamente transmitido por este medio a su canal de YouTube. Ni se diga *Directv Sports* que no tiene ni presencia dentro de esta plataforma.

Al culminar esta investigación se pudo concluir que si existe un cambio dentro de las secciones deportivas por parte de EL Canal del Fútbol durante el periodo de Eliminatorias de Qatar 2022. El medio ha decidido cambiar, renovarse y adaptarse a esta nueva plataforma que a pesar de ser audiovisual como la televisión el tipo de público busca otro tipo de contenido que no se parece en lo que se encuentra la televisión. Por esta razón, es recomendable estar atentos a lo que pueda pasar en los siguientes años y seguir analizando las repercusiones que ha tenido esta transición por parte de este medio dentro del periodismo ecuatoriano.

El periodismo deportivo tuvo sus inicios en los medios escritos. Willian Randolph Hearts, dueño de *The New York Journal*, fue el primero en añadir la sección deportiva dentro de su medio de comunicación en 1895 (Edesa, 2014). Fue tanto el éxito de esta iniciativa que obligó al resto de medios seguir sus pasos e incorporar esta sección dentro de sus medios. Desde entonces esta ha sido una de las secciones noticiosas más rentables y aclamadas por el público.

Dentro del Ecuador el fenómeno del fanatismo por el deporte y de la mano del periodismo demoraron en llegar. Daniel Costa (2016) cuenta que, según los datos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Eloy Alfaro, la primera señal de radio se transmitió en Quito el 25 de diciembre de 1931, la *Voz de los Andes*. La primera transmisión deportiva cubrió el VI Campeonato Sudamericano de Natación que se disputó en Lima en 1938. Más adelante, el periodismo deportivo se comenzó a consolidar mediante las radios a partir de los años 50 e incrementó el interés por el estudio del deporte, el fútbol, la narración y redacción deportiva en el país con Blasco Moscoso Cuesta y Alfonso Laso Bermeo, como

periodistas referentes. Ahora solo el fútbol en el Ecuador genera alrededor de 90 millones de dólares en publicidad y derechos de televisión (Tamba, 2018).

Con la llegada de la televisión, se posicionó como un ente de cambio dentro de la actividad del periodismo deportivo. La televisión transformó las dinámicas periodísticas a causa de su aparición como medio de información y cubrimiento deportivo (Mora, 2019). Esta supo cómo aprovechar sus transmisiones audiovisuales y conseguir una audiencia amplia que luego se convertía en una remuneración económica atractiva para el medio. Eventos como las olimpiadas o campeonatos mundiales de fútbol, baloncesto u olimpiadas son eventos masivos que atraen la atención del público alrededor del mundo (Edesa, 2014). La televisión han sido siempre los protagonistas de estos eventos y han sido los principales creadores de contenido dentro de estas épocas y los que más gente atraían. Esto se convirtió en una parte importante dentro de la manutención de los medios de comunicación. A pesar de esto, poco a poco con la llegada del internet y las plataformas digitales que han nacido de él, le han quitado protagonismo y han ocasionado una evolución dentro del periodismo.

Los cambios que implican la llegada del Internet, son aspectos fundamentales a la hora de hablar sobre el periodismo deportivo actual (Mora 2019). En esta nueva época, la tecnología ha obligado al periodista deportivo a ser un profesional polifacético y enfrentarse a temas como la inmediatez. Durante esta época, hubo un desarrollo general del deporte y el periodismo lo que implica que este último requiere nuevas formas de proceder a transmitir los eventos deportivos (2019).

En un estudio de Iván Pérez (2009), se analiza lo importante que puede llegar a ser un evento deportivo magno o los éxitos deportivos para el despegue o no de sus ingresos económicos por publicidad en medios de comunicación. En su estudio menciona cómo la eliminación de Inglaterra de la Eurocopa le generó una pérdida a los diarios ingleses de 37 millones de euros.

Por otro lado, en Ecuador, según Daniel Costa (2016), el periodismo deportivo se comenzó a consolidar mediante las radios a partir de los años 50 e incrementó el interés por el estudio del deporte, el fútbol, la narración y redacción deportiva en el país con Blasco Moscoso Cuesta y Alfonso Laso Bermeo, como periodistas referentes. Ahora solo el fútbol en el Ecuador genera alrededor de 90 millones de dólares en publicidad y derechos de televisión (Tamba, 2018).

En los últimos años, los ecuatorianos han sido testigos de este cambio que está ocurriendo en las transmisiones audiovisuales de los eventos deportivos. *El Canal del Fútbol* fue el pionero en transmitir los partidos de la selección de Ecuador de las eliminatorias Qatar 2022. Según Bedito Fútbol (2018), un medio especializado en deportes de el grupo El Comercio, la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF) esperaba recibir un monto de 12,3 millones de dólares por los derechos de transmisión en el 2018 y según las auditorías encontradas en la página web de la FEF en los años posteriores (2019 y 2020) recibieron un poco más 11 millones de dólares.

La primera sorpresa fue que el medio futbolístico decidió transmitir este evento por una plataforma conocida por muchos pero nunca usada antes para estos partidos que fue YouTube. Otra de las novedades era que *El Canal del Fútbol* cobró una suscripción mensual de \$6.99 pero la gente no lo tomó bien al principio. Claramente sabían al mercado que apelaban ya que, en el 2019 se registró que un 45% de la población mundial tiene acceso al internet (García y Rodríguez-Vazquez, 2020) y en el Ecuador según INEC (2020), el 53,2% de los hogares del Ecuador tienen acceso al internet lo cual es una estadística que está por encima del promedio mundial.

Es importante analizar el porqué *El Canal del Fútbol* que comenzó en la televisión y decidió migrar a un medio digital como de manera progresiva a YouTube que según, Maddy Osman (2021), tiene 2 billones de usuarios activos que equivale a un tercio de todos los usuarios de

internet. Si nos adentramos más en el Ecuador, según Clay Alvino en su artículo Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021, *en el Ecuador 9.5 millones de ecuatorianos están activos en la plataforma que implica más del 50% de la población.*

Estos cambios en el periodismo fueron previamente resaltados por Robledo-Dioses (2017), que sostiene que el periodismo se encuentra constantemente evolucionando y que es necesario no ignorar los cambios que muestra la profesión.

María Alejandra Dueñas (2016) propone en su investigación La banca deportiva: el impacto de los nuevos medios en el periodismo deportivo de cómo YouTube se ha convertido en un plataforma que ha facilitado a las personas “expresar diferentes puntos de vista sobre el deporte y el comienzo del fenómeno de los “Youtubers”:

En este tipo de formato se maneja el video donde personajes como Deportologia hablan desde su punto de vista sobre diferentes deportes, cada seguidor y cada visita les representa una medición económica o de imagen para promocionar sus contenidos o puntos de vista frente al deporte (Dueñas, 2016, p.53).

Para el Canal del Fútbol esta es una realidad. Según Socialblade (2021), desde su adquisición de los derechos de transmisión de los partidos de eliminatorias Qatar 2022 en octubre del 2020 hasta septiembre del 2021, el medio incrementó 281 mil seguidores y sus las vistas de sus videos en un 34%. En su canal oficial de YouTube también han añadido contenido diverso con relación al fútbol como noticieros y programas de debate que la gente puede consumir adicional a los partidos.

Es importante analizar esta nueva alternativa que ha tomado el medio deportivo ecuatoriano El Canal del Fútbol de transmitir las eliminatorias Qatar 2022 por un medio digital como YouTube y cómo esto puede impactar dentro del periodismo deportivo

Ante estos argumentos expresados, es evidente que el periodismo deportivo sigue en una constante evolución y poco a poco siguen saliendo nuevas plataformas a la que los medios deben adaptarse para poder seguir llegando a su público de manera más efectiva y directa (medios deportivos y su rentabilidad). Este trabajo buscará analizar ¿cuáles son las transformaciones en las secciones deportivas de noticieros de televisión por las transmisiones de El Canal del Fútbol de Qatar 2022 por YouTube?

2. Metodología

Este trabajo de investigación fue de carácter explicativo porque pretendió responder la pregunta de investigación de cuáles han sido las principales transformaciones que han sufrido las secciones deportivas de los noticieros de televisión estelares por las transmisiones de *El Canal del Fútbol* de Qatar 2022.

El enfoque de esta investigación tuvo un contenido mixto entre cuantitativo y cualitativo. Durante esta explicación se hizo un análisis de contenido de *El Canal del Fútbol* durante las Eliminatorias Qatar 2022 y su influencia en los medios de comunicación deportivos. Adicionalmente, se buscó una perspectiva por parte de profesionales ante estos cambios dentro del periodismo deportivo.

Se utilizó una metodología mixta con base en análisis de contenido que según Monje (2011) es un método en el que se maneja material narrativo cualitativo pero se puede unir con un proceso cuantitativo. El análisis de contenido es una técnica que permite interpretar textos, ya sean escritos grabados, pintados, filmados o de alguna otra manera en la que se pueda registrar datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos que al interpretarlo nos lleva al conocimiento a aspectos de la vida social (Abela, 2002).

Por esta razón, “el análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida” (Abela, 2002, pág 2).

Los medios deportivos que se seleccionaron durante esta investigación fueron: *El Canal del Fútbol (ECDF)*, *Gol Tv* y *Directv Sports*. La razón por la que se escogieron estos tres medios fue porque crean contenido futbolístico y que su programación gira en torno a lo que ocurren durante las Eliminatorias Qatar 2022. *ECDF* es el medio que tenía en su posesión los derechos televisivos de las transmisiones de los partidos de las eliminatorias, y los otros dos son medios deportivos que tienen sedes aquí en Ecuador y que generaban contenido noticioso o programas de debates sobre este tema en específico. Por esta razón, todo su contenido se pudo acceder directamente de su cuenta de *YouTube* y analizarse sin mayor problema. Por el lado de *Goltv*, se manejaban como canal de televisión pero también tienen su contenido en la misma plataforma que fue fácilmente accesible. *Directv Sports* por otro lado, no manejaba mucho su contenido por plataformas de *streaming* pero su programación tenía a periodistas de peso ecuatorianos que debatían acerca de los mismos temas que los medios mencionados antes.

Se escogió un periodo de 15 días en los cuales se disputaron 3 fechas de las Eliminatorias de Qatar 2022 que corre desde el 1 de octubre del 2021 al 15 de octubre de 2021. Se escogió este año que fue el momento en el que más partidos disputó el Ecuador en un mismo periodo y que se creó más contenido alrededor de este tema para poder analizar. Es un tiempo clave en el área del periodismo deportivo por el cambio de programación que hubo por *ECDF* de transmitir únicamente en señal por cable o satelital a transmitir en un medio de *streaming* como YouTube. Finalmente, el contenido que se analizó es reciente y fácil de acceder lo que hizo que la investigación fluya.

Se escogieron un total de 67 programas diferentes durante este lapso para ser analizados. De esos 67, 39 fueron de *El Canal del Fútbol* (*Arroba Fútbol*, *F de Fútbol*, *ECDF UIO*, *TaQuito*, previas y transmisiones de partidos), 11 de *GolTV* (*Gol Noticias* y *El Show del Fútbol*) y 17 de *Directv Sports* (*Fútbol Total* y *Debate Fútbol*). Luego en una tabla de excel se analizó a cada programa en las siguientes categorías: fecha de transmisión, medio, ubicación, programa, duración total, presencia de hombres y mujeres en los programas, invitados, el tipo de transmisión (zoom o estudio) y si topan temas o no de eliminatorias. Esta matriz fue utilizada dentro de este análisis que se puede encontrar dentro de los anexos.

El Canal del Fútbol al ser el dueño de los derechos de transmisión es el que tiene la mayor diversidad de contenidos dentro de las eliminatorias. Por esta razón, se verá como dentro de la plataforma de Youtube muestra esta variedad de contenido. Se analizará la previa del partido. Esta es una sección en la que los periodistas presentes hacen una recapitulación de lo que ha pasado previamente en los anteriores partidos y también presentan a la gente datos y estadísticas de los equipos y jugadores de los mismos. Se da información de los estadios y posibles escenarios de lo que puede suceder dentro del partido. El siguiente segmento son las ruedas de prensa en donde participan representantes de la selección ecuatoriana donde dan sus impresiones del partido y reciben preguntas de los periodistas presentes. Un día después se puede ver dos programas realizados por el medio como, *Arroba Fútbol* que es un noticiero que recapitula lo que ocurrió en el partido y rueda de prensa y *F de Fútbol* que es un programa de debate en donde los periodistas analizan el encuentro y el rendimiento colectivo e individual de los jugadores.

Gol Tv y *Directv Sports* por su lado, tienen una cantidad de contenido limitado para poder presentar al público y analizar. Lo interesante a analizar es cómo estos medios se adaptan ante estos inconvenientes y tratan de sacar información o segmentos diferentes para brindar al público contenido que es variado en comparación al de *El Canal del Fútbol*. *Gol Tv* y *Directv*

Sports tiene por su lado, su noticiero donde habla acerca del partido de Colombia vs Ecuador y programa de debate que serán diseccionados.

Para poder tener más introspectiva dentro de estos cambios en los formatos dentro del periodismo deportivo y cómo se manejaban al momento de generarlo, se entrevistó a periodistas que tengan experiencia en el medio deportivo. De *ECDF* el entrevistado fue Oscar Portilla. Este periodista es conocido dentro del medio deportivo y es una de las caras principales que aparecen dentro de los programas de debate del medio mencionado. Al ser un periodista de varios años de experiencia que empezó su carrera en medios tradicionales, nos podrá dar una perspectiva de cómo ha evolucionado el periodismo como carrera y el como profesional.

Gabriela Alcívar fue una de las periodistas que más reconocimiento estuvo teniendo durante este periodo dentro del periodismo deportivo y que ha trabajado en varios medios con diferentes formatos como: radio, televisión, prensa escrita y por YouTube. De esos medios en los que trabajaba Alcívar dos de ellos entraron dentro del análisis que se hizo en este trabajo que son *Directv Sports* y *El Canal del Fútbol*. Por esta razón, su perspectiva ante los cambios dentro del periodismo deportivo fueron de mucho valor por su vasta experiencia dentro de ambos medios.

3. Resultados

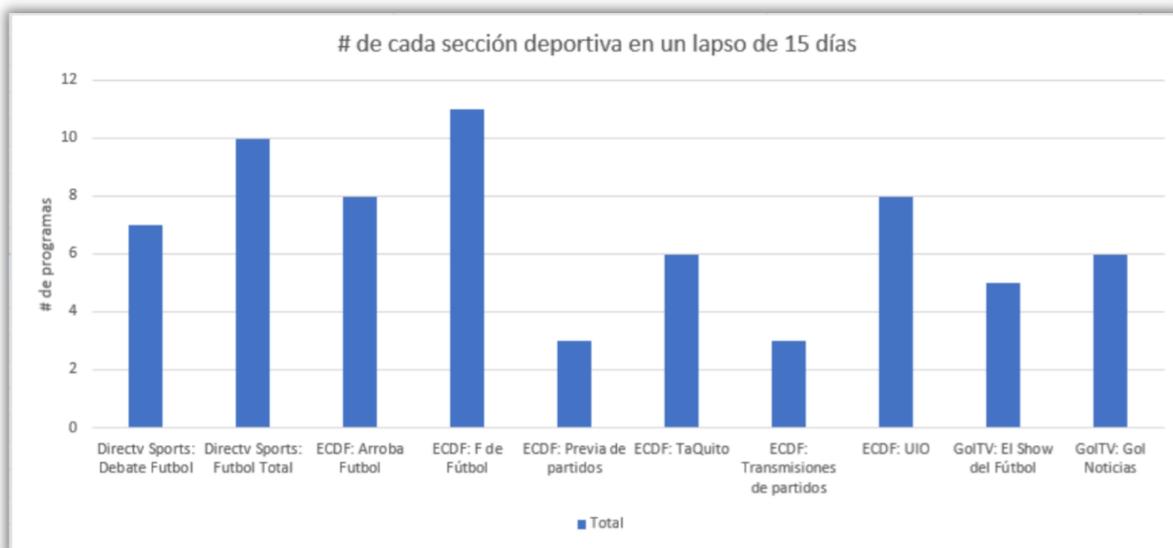
De los 15 días investigados entre el 1 de octubre del 2021 y el 15 de octubre del 2021 *El Canal del Fútbol* es el medio que más cantidad y variedad de contenido creó en relación a las Eliminatorias de Qatar 2022. De los 67 formatos analizados de los tres medios, el 58% de ellos fueron de *El Canal del Fútbol*, el 25,3% de *Directv Sports* y el 16,4% de *Gol TV*.

Figura 1: Gráfica de los secciones deportivas transmitidas en un lapso de 15 días por cada medio



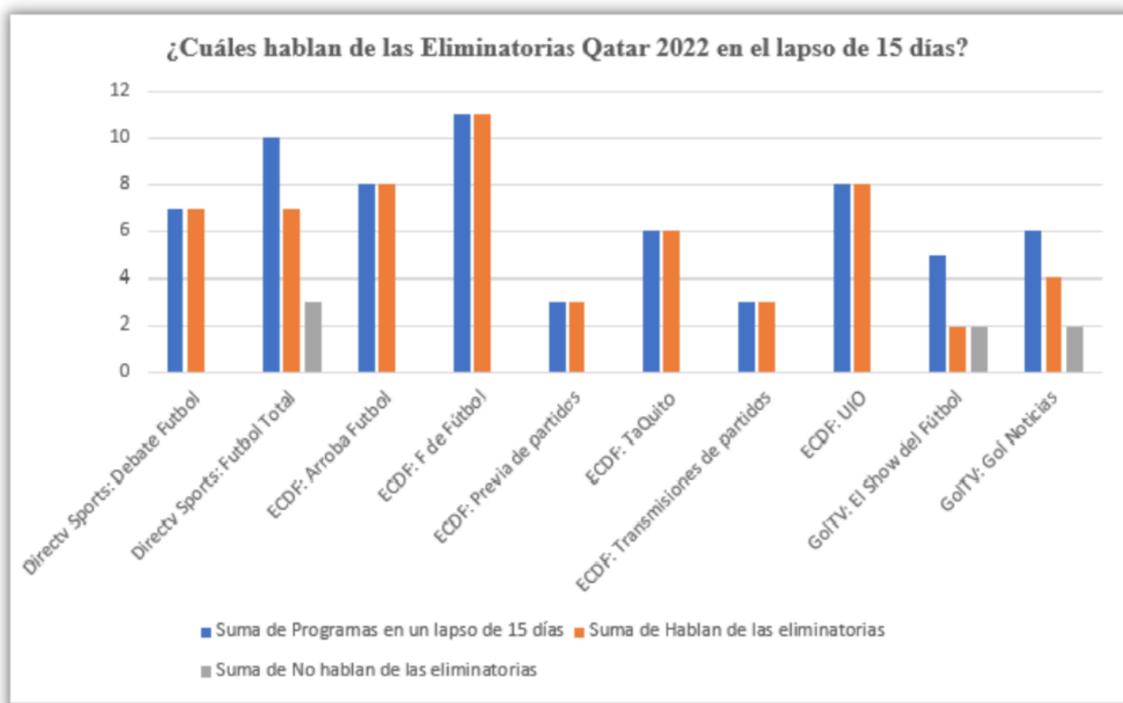
De *El Canal del Fútbol*, *F de Fútbol*, fue la sección deportiva con el porcentaje de transmisiones más alto entre todos los programas analizados en el periodo de 15 días con el 16,4%. Por el lado de *Directv Sports*, *Fútbol Total*, fue la segunda más transmitida con el 14,92% y el programa más transmitido de *GoITV* fue *Gol Noticias* que fue el quinto más transmitido con el 8,95% .

Figura 2: Gráfica de la número de cada secciones deportivas transmitida en un lapso de 15 días



Al ser un lapso de 15 días en el que se jugaron 3 partidos de Eliminatorias de Qatar 2022, aún así hubo secciones deportivas que dentro de sus programaciones no tocaron ningún tema relacionado a las eliminatorias. *El Canal del Fútbol* al ser dueño de los derechos de televisión de este evento fue el único que en todas sus programaciones hablaron acerca de las eliminatorias. *GolTV* fue el que menos habló acerca del tema. *El Show del Fútbol* en un 50% de su programación y *Gol Noticias* en un 33% de su programación no tocaron ningún tema relacionado a la selección ecuatoriana o eliminatorias. Relacionado con la información adicional liberada por Oscar Portilla, esto suele ocurrir porque *El Canal del Fútbol* suele liberar el contenido de las eliminatorias para el uso del resto de medios días después de que se haya jugado lo fecha lo que obliga les obliga a los demás hablar de otros temas hasta tener el contenido necesario para hacer el análisis.

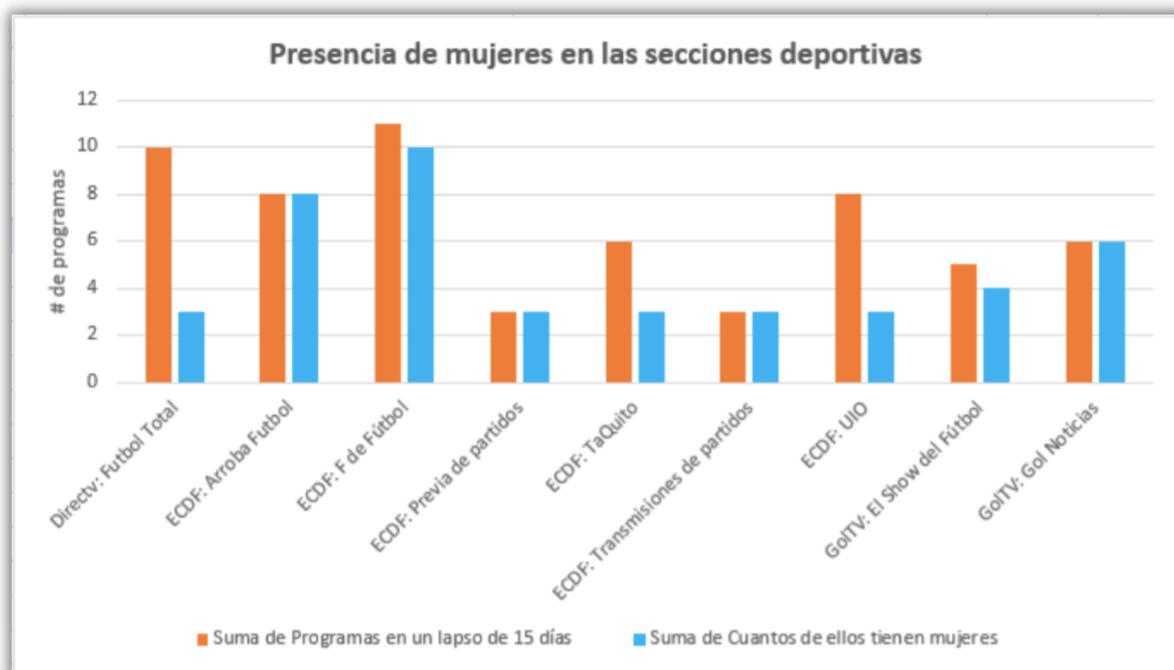
Figura 3: Gráfica de secciones Eliminatorias Qatar 2022 en el lapso de 15 días



La presencia de hombres sigue siendo imponente sobre las mujeres cuando se trata de periodismo relacionado al fútbol. A pesar de eso, se ve un incremento de la influencia femenina en este medio. *El Canal del Fútbol* y *GolTV* tienen más del 80% de presencia

femenina dentro de sus programaciones. Es más, *Arroba Fútbol* es la única sección deportiva que tiene programaciones con periodistas únicamente mujeres. En cambio, Directv Sports es el que menos presencia femenina tiene con el 30% en *Fútbol Total* y 14,2% en *Debate Fútbol*.

Figura 4: Presencia de mujeres en las secciones deportivas



También se calculó la cantidad de invitados que cada sección deportiva traía para que sea parte de su programación. Entre ellas, *F de Fútbol* y *Gol Noticias* eran los que tenían invitados de manera más constante con un 22%. De ahí la previa de los partidos de las eliminatorias es otra de las programaciones que más invitados tenía con un 13%.

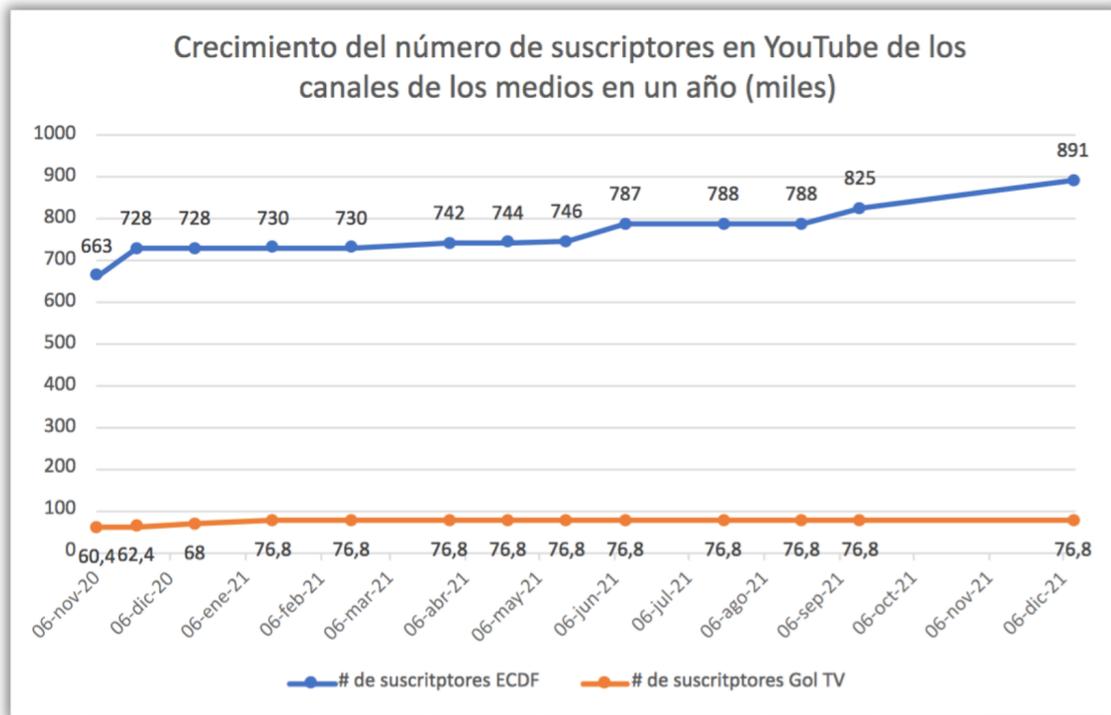
Figura 5: Gráfica de las presencia de invitados en los programas



Además uno de los patrones que se vio reflejado dentro de esta investigación fue la utilización de la plataforma de zoom para poder hacer transmisiones o para utilizarlo como parte del programa dentro del estudio y tener la presencia de más periodistas o invitados. *F de Fútbol* (45,5%), *Fútbol Total* (100%) y *Debate Fútbol* (71,4%) fueron los que más utilizaron este recurso.

También se analizó conjuntamente con las estadísticas presentadas por la página Social Blade el crecimiento que han tenido los medios presentes en YouTube como *El Canal del Fútbol* y *Gol Tv* a lo largo de un año para determinar si las transmisiones exclusivas de las Eliminatorias Qatar 2022 por parte de ECDF le ha beneficiado para poder crecer la audiencia dentro de su canal.

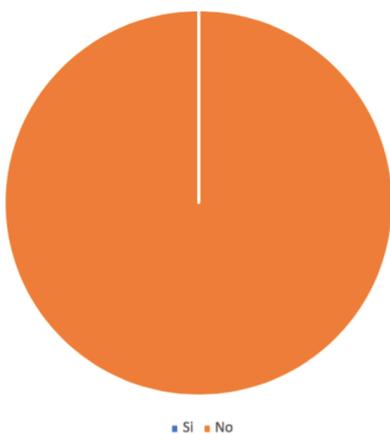
Figura 6: Gráfica del Crecimiento del número de suscriptores en YouTube de los canales de los medios en un año (miles)



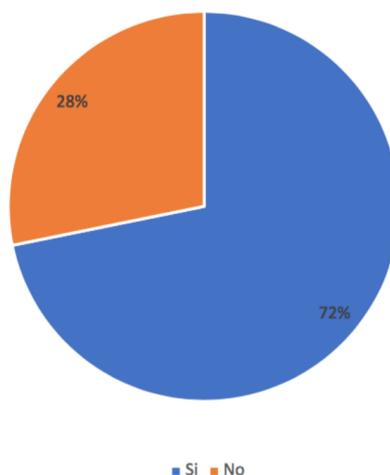
Como se evidencia en el gráfico, *ECDF*, si ha tenido un incremento gradual de suscriptores dentro de su canal de YouTube. Durante el periodo de un año, este ha tenido un crecimiento de alrededor del 34%. En cambio, la situación de Gol Tv es diferente. Su canal tuvo un crecimiento importante los primeros tres meses del 27% pero de ahí el resto del año analizado se ha mantenido estancado quedándose en aproximadamente 76,8 mil suscriptores.

Figura 7: Gráfica del porcentaje de formatos creados por cada medio exclusivamente para plataformas digitales

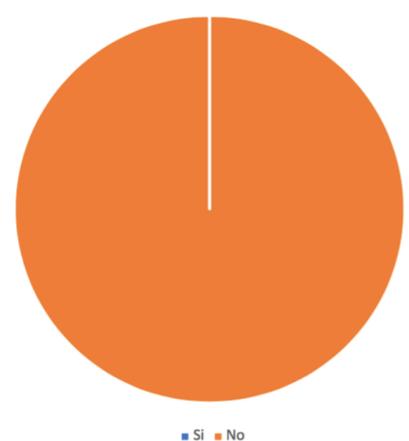
¿Son formatos para plataformas digitales? (Directv Sports)



¿Son formatos para plataformas digitales? (ECDF)



¿Son formatos para plataformas digitales? (Gol TV)



Otro de los factores analizados para ver la adaptación de los medios de comunicación es ver cuántos de los formatos analizados eran creados exclusivamente para una plataforma digital como YouTube y se acomodaba a las características que este exige. Los resultados fueron sorprendentes. *Gol TV* a pesar de tener su canal de YouTube no tenía ni un solo formato exclusivamente para la plataforma. Únicamente lo que hacen es subir su contenido televisivo a su canal para que la gente lo pueda volver a ver si lo desean. *Directv Sports* no tiene ninguna presencia en esta red social. Lo interesante es que por el lado de *El Canal del Fútbol* la situación es diferente. De los contenidos analizados de este medio, más del 70% fueron contenidos digitales que se ajustaban con la plataforma. Esto nos demuestra una evidente adaptación por parte del medio digital a estos nuevos formatos y que están tomando una nueva alternativa a comparación de otros medios deportivos que tienen presencia en el Ecuador.

Durante este trabajo para encontrar los resultados sobre esta investigación se pudo encontrar mucha más presencia del contenido relacionado con las Eliminatorias de Qatar 2022 dentro de *El Canal del Fútbol* en comparación a los otros medios analizados. Se demuestra a partir de estos resultados que *ECDF* ha revolucionado sus secciones deportivas como *Taquito ECDF UIO* y *Arroba Fútbol* para poder satisfacer a la audiencia de esta nueva plataforma a la que están migrando que se ha reflejado su efectividad en el crecimiento de los suscriptores en su canal. Adicionalmente, las previas, transmisiones de los partidos y ruedas de prensa también lo han adaptado a YouTube para que la gente lo siga consumiendo. Otro de los cambios interesantes es la presencia femenina dentro de *ECDF* y *Gol TV* que cada vez se hace más fuerte dentro de esta carrera que normalmente era dominado por la presencia masculina.

4. Discusión y conclusiones

Durante este período se pudo ver una evolución evidente en lo que respecta a las secciones deportivas noticiosas relacionadas a las Eliminatorias de Qatar 2022. Hubo algunos factores que han causado que las programaciones cambien pero dos de las más importantes fueron la migración a plataformas digitales como YouTube y el efecto de la pandemia. Esto ha obligado a los medios de comunicación a optar por nuevas dinámicas para mantener a su público fiel a su programación y adaptarse a los nuevos tiempos del periodismo deportivo. *El Canal del Fútbol* ha sabido aprovechar su ventaja al ser dueño de los derechos televisivos de las Eliminatorias Qatar 2022 y crear contenido no solo alrededor de este evento sino también que se adapte a la nueva plataforma que escogieron para difundir su programación como lo es YouTube.

Es importante recalcar que *El Canal del Fútbol* empezó como un medio principalmente televisivo pero han migrado y se han adaptado a los formatos de las plataformas de *streaming* digitales. A diferencia de su competencia *Go!TV*, este medio únicamente sube su programación televisiva a su canal de YouTube pero sin adaptarlo a lo que requiere la plataforma y la gente que lo consume. El que se queda más atrás es *Directv Sports*, este medio no tiene ninguna presencia dentro de YouTube lo que hace difícil de hallar su contenido causando que canales piratas graben su programación televisiva y lo suban sin tener sus derechos a sus propios canales y beneficiándose de ellos.

Retomando la actividad de *El Canal del Fútbol* en el contenido de Eliminatorias es importante destacar la constancia con la que publican durante las fechas de eliminatorias. Por día por lo menos hay de tres a cuatro videos publicados en su canal de YouTube. Los que más se repiten son *F de Fútbol*, *Arroba Fútbol*, *TaQuito* y *ECDF UIO* que fue la principal razón por la que fueron analizados. Adicional a estas programaciones, tiene contenido extra como entrevistas con jugadores o directivos y lo más importante de todo, tienen las transmisiones exclusivas de todos los partidos de la Eliminatorias sudamericanas Qatar 2022.

Uno de los programas novedosos es *Arroba Fútbol* por varias razones. Una de esas es la presencia exclusiva de periodistas mujeres en esta sección deportiva. Normalmente, son dos las que manejan el programa y reciben la ayuda de extras que son las que hacen las coberturas o añaden información extra al programa. Esto es algo que no se ha visto antes dentro del medio deportivo ecuatoriano que sean únicamente mujeres las que manejan un programa. Otra de las novedades de este *Arroba Fútbol* que resalta una vez más la adaptabilidad del *El Canal del Fútbol* a esta plataforma digital es la interactividad en redes sociales mediante este está al aire. *Arroba Fútbol* se transmite en vivo y los presentadores están constantemente interactuando con la audiencia en redes sociales y haciéndoles parte de la programación que es algo crucial cuando se trata de audiencia en estas plataformas digitales.

El periodismo desde casa. Este es uno de los hábitos que se lograron desarrollar gracias a la pandemia. Al estar encerrados los medios de comunicación encontraron nuevas maneras de mantener sus programaciones desde casa con la ayuda de plataformas como zoom. Esto es algo que a pesar de la vuelta a la normalidad se ha mantenido en varios medios como alternativa para tener invitados de manera más fácilmente porque ya no deben asistir al estudio, tener la presencia de más periodistas dentro del debate o simplemente hacer programas todos desde sus casas. *TaQuito* y *ECDF UIO* son dos ejemplos de la adaptabilidad de *El Canal del Fútbol*. Ambos de estos programas son dirigidos por Oscar Portilla junto a otros periodistas que exclusivamente desde su casa hacen toda su programación sin tener la necesidad de tener un estudio cerca de ellos. Por otro lado, *F de Fútbol*, *Fútbol Total* y *Debate Fútbol* también han utilizado esta herramienta para añadirla dentro de los programas de debate y mezclar la programación de estudio con invitados o periodistas virtuales.

La presencia de mujeres dentro del periodismo deportivo ha sido otra de las características destacables dentro de esta investigación. La presencia femenina dentro de este ámbito por

mucho tiempo ha sido escasa pero se ve que esto ha cambiado. *El Canal del Fútbol* y *Gol Tv* son los medios que más espacio dan a las mujeres y que priorizan que tengan presencia dentro de todas sus programaciones. Ellas son parte del debate de las noticias relacionadas al fútbol y cabe recalcar que en *ECDF* tienen hasta su propio programa para imponer la presencia femenina. *Directv Sports* es de los medios que más escasa presencia femenina tiene. Hay programas de debate en el que participan hasta 8 periodistas y no se ve ninguna presencia femenina. Es donde más se repiten programaciones únicamente conformada por hombres.

Como espectador se ve un cambio dentro del periodismo deportivo actual. La migración de *El Canal del Fútbol* a una plataforma de *streaming* como YouTube ha iniciado una evolución del periodismo deportivo en el Ecuador. Supieron adaptarse al cambio y han sacado provecho de la capacidad de crear contenido que han tenido. Incluso sus números de suscriptores han incrementado y su presencia en la plataforma se ha fortalecido. Esto es el comienzo de una nueva etapa y aún faltan muchas cosas más que van a ir cambiando con el tiempo y es un proceso que no va a acabar.

5. Referencias bibliográficas

CAPÍTULO 2

CAMBIO DE CANCHA: LA MIGRACIÓN DE LAS ELIMINATORIAS QATAR 2022 A LAS PLATAFORMAS DE *STREAMING*

Los resultados presentados con anterioridad fueron utilizados para realizar un proyecto multimedia para poder profundizar en el análisis de las transformaciones en las secciones deportivas de noticieros de televisión por las transmisiones de *El Canal del Fútbol* de Qatar 2022 por Youtube. Este proyecto consiste en la creación de tres componentes. El primero es una página web en el que se muestra las conclusiones que se presentaron en el *paper* académico. Además, dentro de la página web se podrán encontrar dos formatos multimedia adicionales que tratarán el tema más a fondo con testimonios de profesionales en el medio y una representación audiovisual de lo expuesto con anterioridad.

2.1 De la planificación a la ejecución: Cronograma y presupuesto

El proceso dentro del cronograma consta de dos partes. La primera es la investigación. En este proceso se recopiló toda la información para poder realizar el *paper* presentado con anterioridad. La segunda es la creación de la página web y los formatos multimedia. El cronograma está dividido en cinco meses que fue el tiempo que se utilizó para poder realizar ambas partes mencionadas antes. Se inició en el mes de agosto y se hizo la entrega del trabajo en el mes de diciembre. La investigación se hizo desde el primer mes hasta noviembre y desde este mismo se inició la segunda etapa hasta el último mes.

Tabla 1: Cronograma de investigación y proyecto multimedia					
Meses					
Actividades (Por mes)	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Delimitación del tema	X				
Problematicación y justificación	X				
Pregunta de investigación	X				
Redacción de objetivos		X			
Capítulo 1				X	
Redacción del paper					
Proyecto web - Formato 1					X
Proyecto web - Formato 2					X
Proyecto web - Formato 3					X
Capítulo 2					X
Capítulo 3					X
Defensa de tesis					X

Dentro del presupuesto establecido se tomó en cuenta el total de 5 meses para cumplir con los gastos necesarios que requería la realización de este trabajo. Dentro de los gastos se tomó en cuenta servicios básicos, internet, alquiler de equipos, transporte y el dominio de la página web.

Tabla 2: Presupuesto para proyecto multimedia	
Servicios básicos	140
Internet	180
Valor equipos (alquiler)	\$200
1 kit de camaras con Tripode	
2 microfonos	
Iluminación (1 luz LED bicolor)	
2 computadoras	
Transporte	\$40
Domain	\$40
Gastos varios	\$30

2.2 Proyecto multimedia

Para este proyecto multimedia se creó una página web titulada *Cambio de Cancha* en donde se publicó todo el contenido informativo y multimedia relacionado con el tema principal de la investigación. Para la creación de la página web se utilizó el portal Wix.com que permite a sus usuarios hacer sus diseños personales de manera gratuita. En esta se puede encontrar la página de inicio en donde hay una introducción de los diferentes contenidos en ella. En la parte superior hay un menú en el que se puede navegar (Inicio, podcast, reportaje, acerca de mí) a los diferentes formatos y a información adicional del creador del proyecto multimedia.

El enlace para la entrada a la página web es el siguiente:

<https://martinvelasco98.wixsite.com/website-3>.

Figura 8: Captura de texto de página inicial



2.3 Formato 1

Para el proyecto multimedia se escogió un podcast junto a periodistas deportivos de *El Canal del Fútbol* con el propósito de conseguir una perspectiva de los efectos y la evolución de esta transición dentro del medio y los cambios dentro de él. Este formato fue titulado como *La nueva era del periodismo deportivo* dando alusión a los cambios que han ocurrido y que van a seguir ocurriendo a lo largo de los años como consecuencia de la iniciativa *El Canal del Fútbol* de migrar su contenido deportivo a YouTube. Los periodistas presentes en este podcast, fueron Oscar Portilla y Gabriela Alcívar. Las preguntas que se pretenden responder con este formato son: ¿Cómo han enfrentado innovación como periodistas dentro del medio?, ¿Qué nuevos perfiles de periodista se buscan?, ¿Cómo ha cambiado la interacción con la audiencia? y entre otras.

2.4 Formato 2

Un mundial al alcance de tu celular. Este es el título del reportaje audiovisual del trabajo que se creó como el segundo formato. Para este se hizo un formato audiovisual en que se explicó el proceso de transición de *El Canal del Fútbol* de ser un medio de televisión tradicional a

comenzar un proceso de cambio a las plataformas de streaming y sus efectos dentro del periodismo deportivo. Las fuentes utilizadas para este reportaje fueron material de archivo del medio, declaraciones del presidente de la FEF, testimonios de periodistas deportivos y los datos sacados del paper de esta investigación. Algunas de las preguntas que se pretendió responder en este reportaje fueron las siguientes: ¿Cómo fue el proceso de transición de El Canal del Fútbol de televisión tradicional a YouTube?, ¿Qué formatos cambiaron?, ¿Cuál fue la razón de tomar esta decisión tan repentina? y entre otras.

Capítulo 3

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este trabajo de investigación abordó las transformaciones en las secciones deportivas de tres medios de comunicación, por las transmisiones por Youtube de *El Canal del Fútbol* durante las Eliminatorias de Qatar 2022. A partir de un análisis de contenido a esos medios deportivos (*El Canal del Fútbol*, *Gol TV* y *Directv Sports*) durante un lapso de 15 días, se evidenciaron cambios en los formatos.

La metodología que se utilizó para este trabajo fue un análisis de contenido a 67 secciones deportivas a las cuales se les estudió con dos niveles de análisis y x variables permitieron responder la pregunta principal.

Los medios escogidos fueron *El Canal del Fútbol*, *Gol TV* y *Directv Sports*. La razón por la que estos se eligieron es por la influencia que estos tienen dentro del periodismo deportivo en el Ecuador. Son los medios más fuertes dentro del periodismo deportivo ecuatoriano y los que más compiten por generar contenido de calidad que atraiga la atención de su audiencia.

En el capítulo uno se abordó el contexto en el cambio de el Canal del fútbol y cómo este evolucionó de ser un medio televisivo tradicional a una plataforma de *streaming*. La televisión es uno de los medios más importantes de los últimos años. Eran los que controlaban las transmisiones deportivas y los que generaban el contenido para los amantes del deporte. Ahora, las nuevas plataformas digitales han logrado resaltar las limitaciones de este medio de comunicación. El *streaming* ha permitido al medio a poder tener más alcance con su público al darle más facilidades de poder consumir su contenido no solamente en su televisión sino también en sus dispositivos personales como: *smartphones*, tabletas y computadores portátiles. El *streaming* se ha vuelto en una de las mayores amenazas de la televisión por cable que no le da esa facilidad a su audiencia y el costo de su servicio es más

alto. Es una transición que está empezando de manera gradual pero que no se va a detener y que no tiene una vuelta atrás.

Como conclusión de este trabajo se pudo ver una diferencia amplia de contenido entre la programación de *El Canal del Fútbol* en su canal de YouTube en comparación a los otros dos medios deportivos que son principalmente televisivos. Para respaldar estos resultados, también se conversó con dos periodistas deportivos expertos en este medio para poder tener su perspectiva y confirmar lo que se habría obtenido dentro del análisis realizado.

A partir de esto, *El Canal del Fútbol* ha comenzado una transición como medio de comunicación. Su migración a la plataforma de YouTube les ha exigido cambiar la forma de transmitir su contenido para poder satisfacer las exigencias del público que consume YouTube que tienen una forma diferente de comportarse. El medio ha fortalecido la interacción con su público al hacer todos sus programas en vivo para que estos puedan dar sus opiniones de manera inmediata y sentirse incluidos. Hacen uso de las pastillas de videos con el que resaltan momentos importantes de sus programaciones en un menor tiempo y que la gente consume más su contenido sin necesidad de ver programas de larga duración que normalmente no es un comportamiento del público de YouTube.

Con esta información obtenida en este trabajo de investigación, se estructuró el proyecto multimedia *Cambio de cancha*. Como se explicó en el capítulo 2 de esta investigación los dos formatos que se escogieron fueron un podcast y un reportaje audiovisual. En el podcast se dio un enfoque testimonial en el que periodistas deportivos del medio, Gabriela Alcívar y Óscar Portilla, nos explicaban desde sus perspectivas sus experiencias dentro de esta transición. En el reportaje se presentaron más resultados de la investigación y cómo estos formatos han cambiado a lo largo de este periodo. Entre ambos se complementan para poder dar una explicación más completa de este fenómeno.

Como consecuencia de esta investigación se determinaron ciertas recomendaciones para futuras investigaciones relacionadas a este tema o fenómeno dentro del periodismo deportivo. Una de estas recomendaciones es que se debe seguir monitoreando cómo sigue este proceso de aquí en adelante la migración de los medios deportivos al *streaming*. Se debe analizar cómo el resto de medios reaccionan ante esta nueva etapa del periodismo en el que las plataformas digitales comienzan a ganar más fuerza en el medio. Otra de las recomendaciones es tener en cuenta si este fenómeno da cabida a que nuevos medios logren surgir con nuevos modelos de negocios que saquen más provecho de estas nuevas plataformas y también si los medios tradicionales se vuelven obsoletos al no ser parte de este proceso o que nuevas iniciativas toman para mantener su audiencia en plataformas de televisión tradicionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abela, J. A. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. <https://bit.ly/3lv8G2i>
- Bendito Fútbol (Ed.)(2018) *La FEF vendió los derechos de transmisión de los partidos de la selección ecuatoriana*. <https://bit.ly/2YVfnlA>
- Branch (Ed.)(2021). *Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021*. <https://bit.ly/3zd4NCR>
- Bundio, J., & Conde, M. (2007). Exploraciones en Fútbol y Redes Sociales. Análisis del desempeño deportivo durante la Eurocopa 2004 a partir del análisis de redes sociales. *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 13. <https://bit.ly/3laCkK3>
- Costa Dávalos, D. A. (2016). *Exploración de las causas por la escasa profundidad e investigación en el Periodismo Deportivo de Ecuador* (Tesis de licenciatura, Quito: USFQ, 2016). <https://bit.ly/3lmB6ue>
- Dueñas, M. A. (2016). *La banca deportiva: el impacto de los nuevos medios en el periodismo deportivo*. <https://bit.ly/3hwmQxE>
- Edesa García, M. (2014). *Los programas deportivos en televisión: la información como espectáculo*. <https://bit.ly/3EiUP6P>
- Estavillo, M. E. (2008). *Fútbol y competencia en los medios de comunicación. Por qué amamos el fútbol*, 185-204. <https://bit.ly/3uECqwO>
- García, J. S., & Rodríguez-Vázquez, A. I. (2021). *YouTube como canal de distribución de la prensa en España*. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (27), 649-661

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (n.d.). Tecnologías de la Información y Comunicación-TIC. Retrieved from <https://bit.ly/3ivUPXy>

Kinsta (Ed.)(2021). *Estadísticas y Datos Impresionantes de YouTube (El Segundo Sitio Más Visitado)*. <https://bit.ly/3C9pOjz>

Lazo, E. G. (2016). La calidad del periodismo deportivo: fútbol vs baloncesto. In *La pantalla insomne* (pp. 1216-1251). Sociedad Latina de Comunicación Social. <https://bit.ly/3jIfLeM>

Mora Moreno, J. D. *Análisis de calidad en el periodismo deportivo: estudio desde cuatro de los momentos más importantes del fútbol colombiano*. <https://bit.ly/398s1Q6>

Noguera, P. B., & *, N. (2017, April 26). Diferencia entre *streaming* y broadcasting. Recuperado de <https://culturacion.com/diferencia-streaming-broadcasting/>

Pérez, I. (2009). *El negocio del periodismo deportivo. Razón y palabra*, (69). <https://bit.ly/3uGLbGq>

Robledo Dioses, K. (2017). *Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión*. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 8(1), 1-27.

Social Balde (Ed.)(2021). *ECDF - El Canal del Fútbol*. <https://bit.ly/2Xo91L4>

Tamba, J. (2019, February 12). El fútbol nacional mueve millones en publicidad y derechos de tv. Retrieved from <https://bit.ly/3ozfH40>

Taquiri Carhuancho, P. A. (2021). El recurso informático “YouTube” y la práctica periodística deportiva para los alumnos de periodismo de la UJBM, en 2019. <https://bit.ly/3Crbwvm>

Televisión digital. (n.d.). Retrieved from <https://bit.ly/2YigbRD>

ANEXO A: ENLACE A MATRIZ DE CODIFICACIÓN

https://estudusfqedu-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/mvelasco1_estud_usfq_edu_ec/ER1XSVq9uklMqcgQJa1YmSYBFM6PRfOgGSVf6GpkX6ALsg?e=r7eEp0

ANEXO B: ENTREVISTAS A OSCAR PORTILLA Y GABRIELA ALCÍVAR

https://docs.google.com/document/d/1qvLTOK_kcuNBt4MlpRPGIpFco0ADJtu6oc3-Zlgtyu0/edit?usp=sharing