

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**La calidad en los contenidos deportivos: análisis en medios digitales ecuatorianos durante el mercado de fichajes**

**Felipe Alejandro Núñez Sánchez**

**Periodismo**

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Licenciado en Periodismo

Quito, 19 de mayo de 2021

# UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

## HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

**La calidad en los contenidos deportivos: análisis en medios digitales  
ecuatorianos durante el mercado de fichajes**

**Felipe Alejandro Núñez Sánchez**

**Calificación:**

/

**1. Nombre del profesor, Título  
académico**

Pamela Johana Cruz Páez, maestra  
en Ciencias Sociales con mención  
en Comunicación  
Tania Cleopatra Orbe Martínez,  
magíster en Comunicación pública  
de la ciencia y la tecnología



Firmado electrónicamente por:  
**PAMELA  
JOHANA CRUZ**

**2. Firma del profesor:**

\_\_\_\_\_

Quito, 19 de mayo 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 el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Felipe Alejandro Núñez Sánchez

Código: 00200638

Cédula de identidad: 1719246801

Lugar y fecha: Quito, 19 de mayo 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## UNPUBLISHED DOCUMENT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>.

**Note:** The following document is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this document – in whole or in part – should not be considered a publication. For further information see *Discussion document on best practice for issues around theses publishing* available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

## RESUMEN

Durante los períodos de mercados de fichajes en el fútbol ecuatoriano, hay un aumento de rumores y amarillismo por parte del periodismo deportivo. Por esta razón, este trabajo investigó cuál es la calidad de los contenidos informativos en tres medios digitales nacionales (*El Comercio*, *Radio La Red* y *Primicias*) en la última ventana de pases, de diciembre del 2020 a marzo del 2021.

Por tanto, el objetivo fue analizar esos contenidos con la metodología del Valor Agregado Periodístico (VAP) con un enfoque del periodismo de investigación. El principal concepto del VAP, desarrollado por la Pontificia Universidad Católica de Chile, es la calidad y los elementos necesarios para un buen producto periodístico.

Para obtener los datos, se realizó una matriz con variables relacionadas al trabajo de selección y creación de un producto periodístico, más categorías relacionadas con el periodismo de investigación. Posteriormente, se presentaron los resultados en gráficas y se los comparó con definiciones de calidad por parte de fuentes bibliográficas y periodísticas. A partir de este análisis, se escribió un *paper* para la revista monográfica *#PerDebate*.

Además, para entender las consecuencias del mal periodismo, se realizó un proyecto multimedia llamado *Balón en la Lupa*. Se diseñó una página web con tres formatos periodísticos: un reportaje de datos con las gráficas del *paper*, un reportaje con audios de los periodistas de los medios investigados y una crónica, describiendo el efecto negativo de los rumores en las audiencias.

La principal conclusión de este trabajo es que el periodismo deportivo ecuatoriano tiene una ausencia importante de investigación propia, es decir, con un enfoque limitado del periodismo de investigación. Esto influye directamente en los elementos de calidad periodística

como: la verificación, la contrastación, la contextualización y el aporte de datos nuevos. También, se encontró una excesiva cobertura del fútbol en comparación a otras disciplinas.

Por lo tanto, este trabajo recomienda llevar a cabo más productos de periodismo de investigación dentro de las secciones deportivas, como una solución ante la baja calidad de los contenidos informativos en medios digitales ecuatorianos.

**Palabras clave:** Periodismo deportivo, periodismo de investigación, análisis de calidad, noticias, amarillismo.

## ABSTRACT

During Ecuadorian football transfer market periods, there is an increase in rumors and yellow journalism in sports journalism. For this reason, this paper investigated the quality of news content in three national digital media (*El Comercio*, *Radio La Red* and *Primicias*) in the last transfer window, from December 2020 to March 2021.

Therefore, the objective was to analyze these contents with the Journalistic Added Value (VAP) methodology with an investigative journalism approach. The main concept of VAP, developed by the Pontificia Universidad Católica de Chile, is quality and the elements necessary for a good journalistic product.

To obtain the data, a matrix was made with variables related to the selection and creation of a journalistic product, plus categories related to investigative journalism. Subsequently, the results were presented in graphs and compared with definitions of quality from bibliographic and journalistic sources. Based on this analysis, a paper was written for the monographic magazine #PerDebate.

In addition, in order to understand the consequences of bad journalism, a multimedia project called *Balón en la Lupa* was carried out. A web page was designed with three journalistic formats: a data report with the graphs of the paper, a report with audios of the journalists of the investigated media and a chronicle, describing the negative effect of rumors on the audiences.

The main conclusion of this work is that Ecuadorian sports journalism has an important absence of its own investigation, that is, with a limited focus on investigative journalism. This directly influences the elements of journalistic quality such as: verification, contrasting, contextualization and the contribution of new data. Also, an excessive coverage of football was found in comparison to other disciplines.

Therefore, this work recommends carrying out more investigative journalism products within the sports sections, as a solution to the low quality of news content in Ecuadorian digital media.

**Keywords:** Sports journalism, quality analysis, investigative journalism, news, yellow press.

## TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN .....	12
DISEÑO METODOLÓGICO.....	14
CAPÍTULO 1: CALIDAD EN CONTENIDOS DEPORTIVOS: ANÁLISIS EN MEDIOS DIGITALES EN ÉPOCA DE FICHAJES.....	17
1.1. El contexto histórico del tema.....	17
1.2. El marco referencial.....	20
1.3. El <i>paper</i> .....	22
1.4. El <i>paper</i> elaborado.....	23
CAPÍTULO 2: BALÓN EN LA LUPA: CALIDAD E INVESTIGACIÓN EN EL PERIODISMO DEPORTIVO .....	46
2.1. De la planificación a la ejecución: Cronograma y presupuesto .....	46
2.2. Proyecto multimedia .....	47
2.3 Primer formato .....	48
2.4. Segundo formato .....	49
2.5. Tercer formato .....	50
CAPÍTULO 3: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54
ANEXO.....	55

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1: Cronograma de investigación y proyecto multimedia.....	46
Tabla 2: Presupuesto para proyecto multimedia.....	47

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfica de número de notas publicadas, según medio de comunicación .....	33
Figura 2: Gráfica de publicaciones diarias según medio de comunicación .....	33
Figura 3: Gráfica de número de notas según extensión. ....	34
Figura 4: Gráfica de número de notas deportivas según tipo de contenido. ....	35
Figura 5: Gráfica de notas publicadas según su enfoque. ....	36
Figura 6: Gráfica de porcentaje de notas según tipo de deporte. ....	37
Figura 7: Gráfica de número de fuentes según su origen.....	38
Figura 8: Gráfica de número de notas según puntos de vista. ....	39
Figura 9: Gráfica de número de notas según aporte de datos nuevos.....	40
Figura 10: Gráfica de número de notas según contexto.....	40
Figura 11: Captura de pantalla de página inicial. ....	48
Figura 12: Captura de pantalla de primer formato.....	49
Figura 13: Captura de pantalla de segundo formato. ....	50
Figura 14: Captura de pantalla de tercer formato. ....	51

## INTRODUCCIÓN

El periodismo especializado en deportes en el Ecuador comenzó a inicios del Siglo XX con pequeñas secciones en medios impresos como *El Comercio*, *El Telégrafo* y *El Universal*. Estos artículos se enfocaban en los eventos locales de cada ciudad. El deporte tuvo poca importancia en los medios hasta la década de los '40, cuando futbolistas ecuatorianos comenzaron a destacarse a nivel internacional. En 1962, se fundó la *Revista Estadio*, el medio deportivo impreso más representativo del país (Lucas, 2006). El periodismo deportivo continuó desarrollándose a la par que creció el mercado del fútbol, con el crecimiento del campeonato nacional, y con el surgimiento de figuras nacionales del deporte como Alberto Spencer, Andrés Gómez o Jefferson Pérez. En 1997, Alfonso Laso Bermeo fundó *Radio La Red*, la primera emisora dedicada exclusivamente a ámbitos deportivos, y en la siguiente década, más medios impresos y audiovisuales deportivos fueron creados en el país. La llegada del internet también afectó al periodismo deportivo. El primer medio digital especializado en deporte fue *Studio Fútbol*, fundado en 2009 (Chávez, 2019).

En 2019, un estudio de mapeo de medios encontró 16 portales digitales en el Ecuador dedicados al ámbito deportivo, y con un claro enfoque al fútbol. Algunos son nativos digitales, como el antes mencionado *Studio Fútbol*, *Teradeportes* y *El Futbolero*. Otros tienen su base de medios tradicionales, como *Bendito Fútbol* que proviene de *El Comercio* y *Estadio.ec*, de *Ecuavisa*. Estos medios tienen sus propias páginas web, pero también publican contenidos en Facebook, Twitter, Instagram y YouTube (Chávez, 2019).

Actualmente, el periodismo deportivo en Ecuador está más basado en la cantidad de contenidos que en la profundización de los mismos. La investigación en el periodismo deportivo es prácticamente nula y no existen elementos transmediáticos ni transnacionales en los pocos productos investigativos realizados en el país (Sanguña, 2018). Además, los artículos publicados en medios digitales presentan amarillismo, falta de contrastación, sensacionalismo

y rumores no confirmados. Una razón para esto sería que “algunos periodistas quieren ser los protagonistas, más no la noticia. De ahí nace ese amarillismo y el poner información en un tweet sin verificar o contrastar. Ponen cualquier cosa que sea polémica” (Larrea, 2020). Otra razón son los ‘primicieros’, periodistas que por tener la primera información, se basan en rumores, y además usan sus propias redes sociales para desinformar. Este fenómeno ocurre principalmente en los mercados de fichajes, que tienen lugar en los meses de enero, febrero, marzo, junio, julio, agosto y septiembre (Andino, 2021). También, como se comentó antes, hay un fuerte enfoque en el fútbol, dejando poco o nulo espacio al resto de deportes. Según un estudio de 2016, las noticias de fútbol acaparaban más del 80% de las secciones deportivas en medios como *El Comercio*, *Radio La Red* y *Televistazo* (Costa, 2016).

A partir de lo anterior, se evidencia que el periodismo deportivo en Ecuador ha tenido un gran desarrollo en prensa, radio, televisión e internet y, en este último, ha logrado captar audiencias. A pesar de esta evolución en el aspecto mediático, las investigaciones muestran que los contenidos tienen una poca profundización y tienden al amarillismo y los rumores. Los portales digitales presentan productos que no son periodísticos, especialmente durante el mercado interno y externo de fichajes del fútbol ecuatoriano, y hay una falta de trabajo investigativo. Además, si bien ha habido artículos académicos sobre calidad de información de los contenidos periodismo deportivo en el país, estos han sido enfocados en medios tradicionales, no en digitales. Una investigación en estas plataformas es importante para el periodismo especializado en deportes y para profesionales que trabajan en este ámbito. Por esta razón, este trabajo busca responder a la pregunta, ¿cuáles han sido las características de los contenidos informativos de medios digitales deportivos en el Ecuador durante el mercado de fichajes de 2021 de acuerdo con el enfoque de calidad?

Objetivo general:

Analizar la calidad de los contenidos informativos en medios digitales ecuatorianos durante el mercado interno y externo de fichajes de 2021, desde el enfoque del Valor Agregado Periodístico (VAP), para identificar si aplica el periodismo de investigación como una respuesta ante el sensacionalismo, rumores y limitación a un solo deporte.

Objetivos específicos:

- Describir el escenario actual del periodismo deportivo en medios digitales ecuatorianos.
- Ajustar la metodología del Valor Agregado Periodístico con elementos de periodismo de investigación y aplicarlas a contenidos informativos de tres medios digitales deportivos.
- Redactar un *paper* que recoja los resultados de este trabajo y que permita estructurar un proyecto multimedia que incluya contenidos informativos con enfoques de calidad y periodismo de investigación.

## DISEÑO METODOLÓGICO

Este fue un trabajo de investigación de carácter descriptivo, porque buscó responder a la pregunta de cuáles han sido las características de los contenidos informativos de medios digitales deportivos en el Ecuador durante el mercado de fichajes de 2021 de acuerdo con el enfoque de calidad. Se utilizó una metodología cuali-cuantitativa con base en el análisis de contenido.

Este tipo de análisis “es un método para manejar material narrativo cualitativo, pero también es un procedimiento que permite la cuantificación” (Monje, 2011, pág. 120). Por lo tanto, permite verificar la presencia de temas, palabras o conceptos de un contenido. Además, es posible cuantificar los datos, establecer frecuencias y comparar las apariciones de elementos significativos (Monje, 2011). El Valor Agregado Periodístico, desarrollado por la Pontificia Universidad Católica de Chile, es una derivación del análisis de contenido que incluye

contenidos para la cuali-cuantificación. Este método toma en cuenta los procesos de selección y de creación de un producto periodístico (Pellegrini, Puente, Porath, Mujica, & Grassau, 2011).

Para esta investigación se han escogido tres medios digitales ecuatorianos: *El Comercio* (sección de deportes), la página web de *Radio La Red* y la sección *Jugada* de *Primicias*. Tienen tres procedencias diferentes, ya que el primero es la página web de un medio impreso, el segundo es la página web de una radio y el tercero es un medio nativo digital. Además, se eligieron estos medios ya que los tres no están enfocados en un solo deporte. Por esta misma razón se evitó a medios nativos digitales como *Bendito Fútbol*, *Studio Fútbol* y *El Futbolero*, los cuales publican información únicamente de fútbol.

Se escogió a *El Comercio* por su significado histórico en el periodismo ecuatoriano. Fundado en 1906, es uno de los diarios más antiguos del país. Actualmente, tiene contenidos exclusivamente digitales que no son publicados en la versión impresa. *El Comercio* tiene, a marzo de 2021, aproximadamente 3,3 millones de seguidores en Facebook, 1,8 millones en Twitter y 970 mil en Instagram. Se escogió a *Radio La Red* por su trascendencia histórica, al ser la primera emisora FM del país dedicada exclusivamente a los deportes. Este medio publica artículos en su página web e incluye información obtenida a partir de las entrevistas en la radio. *Radio La Red* tiene 89 mil seguidores en Facebook, 169 mil en Twitter y 26 mil en Instagram. Finalmente, se escogió a *Primicias* porque es el primer diario totalmente digital del Ecuador. El medio tiene su propia sección de deportes, denominada *Jugada*. *Primicias* tiene 1,4 millones de seguidores en Facebook, 784 mil en Twitter y 16 mil en Instagram.

En estos medios se analizaron los contenidos informativos basados en deportistas nacionales. Es decir, no se tomaron en cuenta noticias sobre eventos internacionales, si estos

no tienen una conexión con el deporte ecuatoriano. Los productos a analizar debían ser puramente informativos y no fueron tomados en cuenta artículos de opinión.

Durante los mercados de fichajes de fútbol, los periodistas y medios tienden a publicar noticias que son basadas en rumores o con poca contrastación de fuentes e información. Por esta razón, esta investigación tuvo en cuenta los contenidos publicados durante el más reciente mercado de fichajes, es decir, enero, febrero y marzo de 2021. Además, se tomó en cuenta el mes de diciembre 2020, ya que las negociaciones inician en estas fechas. Ya que hay una gran cantidad de artículos deportivos publicados diariamente por estos medios, se utilizaron únicamente los contenidos de la primera semana de estos meses.

Para comenzar la investigación, se realizó una matriz de datos. Esta matriz cuenta con tres secciones. La primera comprende los datos de identificación del contenido (un código numérico, el medio de comunicación, la fecha de publicación, el autor, el título, la extensión en párrafos, las etiquetas y el código URL). Las dos siguientes están basadas en las variables del Valor Agregado Periodístico desarrollado por la Facultad de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Una sección está relacionada con el proceso de selección del producto periodístico (tipo de contenido, origen de la información, enfoque, tipo de deporte, y cantidad de fuentes consultadas y descritas) y la otra con el proceso de creación (información verificada, contexto, variedad de puntos de vista, datos nuevos y aporte multimedia).

Las variables de tipo de contenido, enfoque, cantidad de fuentes, información verificada, contexto, puntos de vista y datos nuevos permitieron determinar la cantidad de periodismo de investigación realizada en los artículos web deportivos. Utilizando gráficos de estos resultados y con un posterior análisis, se realizaron entrevistas a tres periodistas deportivos asociados a estos medios para obtener una perspectiva cualitativa sobre el tema. Estas respuestas han sido presentadas en un proyecto multimedia.

## CAPÍTULO 1

### CALIDAD EN CONTENIDOS DEPORTIVOS: ANÁLISIS EN MEDIOS DIGITALES EN ÉPOCA DE FICHAJES

Los contenidos informativos del periodismo deportivo ecuatoriano carecen de profundización y presentan un casi nulo trabajo investigativo. Especialmente durante los mercados de fichajes, los productos son basados en rumores, en fuentes no confirmadas y no tienen contrastación. Aunque hay artículos académicos sobre la calidad de los contenidos deportivos en el país, no hay investigaciones específicas sobre medios digitales.

Por las razones antes mencionadas, en este capítulo se analizará la calidad de los contenidos informativos en medios digitales ecuatorianos durante el primer mercado ecuatoriano interno y externo de fichajes de 2021, desde el enfoque del Valor Agregado Periodístico (VAP), para identificar si aplica el periodismo de investigación como una respuesta ante el sensacionalismo, rumores y limitación a un solo deporte.

Se describirá la situación actual del periodismo deportivo en el Ecuador. Se ajustará la metodología del VAP con elementos de periodismo de investigación y se las aplicará a los contenidos informativos de tres medios digitales deportivos. Finalmente, se escribirá un *paper* que recogerá los resultados de este trabajo.

#### 1.1. El contexto histórico del tema

La prensa ha acompañado a los deportes desde la profesionalización de los mismos. En Inglaterra, en el siglo XIX, el aporte de los periodistas fue fundamental para que las audiencias entendieran las reglas de un deporte que acababa de nacer: el fútbol. Los medios de comunicación tuvieron la labor de difundir las crónicas deportivas para aquellos que no podían asistir a los eventos. Con la llegada de la radio y las transmisiones en vivo, el periodismo deportivo ganó más relevancia a nivel local, y con la aparición de la televisión, los deportes se globalizaron (Lucas, 2006).

En Ecuador, la prensa especializada en deporte comenzó a inicios del siglo XX en diarios impresos como *El Comercio*, *El Telégrafo*, *El Universo* y *El Mercurio*. El fútbol era el deporte más cubierto en Guayaquil, mientras que en Quito también tenían relevancia el vóley, el básquet y las corridas de toros. Las destacadas actuaciones de unos pocos futbolistas ecuatorianos en campeonatos internacionales, como Alfonso Suárez Rizzo y Alfredo Bonnard, promovieron a los medios a enviar corresponsales al exterior. Cuando esto no era posible, la información provenía de agencias de noticias o vía telefónica (Lucas, 2006).

Los pioneros de la profesionalización del periodismo deportivo en el Ecuador fueron Alfonso Laso Bermeo, Blasco Moscoso Cuesta y Carlos Rodríguez Coll, en la década del '50. Ellos formaron un estilo a partir de “sus frases ingeniosas, la utilización del sentido común en sus comentarios, la dureza de la crítica y un estilo similar al de los narradores y comentaristas del Cono Sur” (Lucas, 2006, pág. 31).

El surgimiento de revistas especializadas en deportes también aportó a la profesionalización del periodismo deportivo. Estas publicaciones “fueron escuelas para muchos jóvenes interesados en la profesión” (Lucas, 2006, pág. 35). Ejemplos de estas revistas son *El Gráfico* en Argentina, *El Placard* en Brasil y *Estadio* en Ecuador. Estos formatos netamente deportivos fueron posteriormente adquiridos por la radio y la televisión. Carlos Efraín Machado fundó en AM la *Nueva Emisora Central* en 1974, mientras que Alfonso Laso Bermeo estableció *Radio La Red* en FM en 1997. En televisión aparecieron programas como *Copa*, *Ronda Deportiva* y *Afición* (Chávez, 2019).

Las destacadas actuaciones de deportistas ecuatorianos en el siglo XX aumentaron las audiencias de los medios especializados en deporte. Entre los mayores triunfos están el récord de goles de Alberto Spencer en la Copa Libertadores, el cuarto lugar del nadador Jorge Delgado en las Olimpiadas de 1972, el título del tenista Andrés Gómez en Roland Garros 1990, las

finales de Barcelona SC en Libertadores 1990 y 1998 y la victoria de los maratonistas Rolando Vera y Martha Tenorio en San Silvestre 1998. En dicho siglo también se presencié la primera medalla olímpica del país, obtenida por el marchista Jefferson Pérez en 1996.

La llegada del internet al Ecuador promovió que el periodismo deportivo se traslade a las páginas web. La emisora *CRE Satelital* lanzó su sitio web en 1998. Otros medios impresos, de radio y de televisión también incursionaron en el internet durante la primera década del siglo XXI. En 2010, Carlos Limongi fundó *Studio Fútbol*, el primer medio nativo digital especializado en fútbol (Chávez, 2019).

En 2018, un estudio de medios estableció 35 medios deportivos tradicionales nacionales. Tres de estos eran impresos, 12 eran emisores radiales, 4 eran canales televisivos y 16 eran nativos digitales web. Cabe aclarar que la mayoría de medios tradicionales también tenían sus propias páginas web (Chávez, 2019).

A pesar del gran desarrollo mediático que ha tenido el periodismo deportivo en el país, la calidad en sus contenidos no ha avanzado de la misma manera. En Ecuador, la información deportiva tiende a contar con poca investigación y llega incluso a fundamentarse en rumores. Los artículos de los medios digitales tienen pocas fuentes y casi nula contrastación. Según Felipe Larrea (2020), periodista deportivo, esto se debe a que los periodistas quieren ser los protagonistas en lugar de la noticia. A partir de esto nace el amarillismo y la falta de contrastación y verificación de la información. Además, hay una tendencia a buscar la primicia y, por lo tanto, los artículos son publicados sin el tiempo necesario para una investigación periodística.

Eduardo Andino (2021), periodista deportivo, explica que el fenómeno de los rumores, el sensacionalismo y el amarillismo sucede primordialmente durante las épocas de los mercados de fichajes del fútbol. Estos son períodos durante los cuales los clubes pueden

transferir sus jugadores y tienen lugar en los meses de enero, febrero, marzo, junio, julio, agosto y septiembre. La incertidumbre de qué futbolista llegará, cuándo y a qué equipo, promueven las publicaciones basadas en rumores y que tienen fuentes no confiables.

El último mercado de fichajes en el Ecuador tuvo lugar desde enero hasta marzo de 2021, aunque las negociaciones ya comenzaron en los últimos meses de 2020. Esta ventana de compra y venta de derechos de jugadores ha sido muy importante para los clubes ecuatorianos, ya que coincide con el comienzo de una nueva temporada del fútbol nacional y sudamericano, y además se desarrolla durante la pandemia del Covid-19 que ha afectado negativamente a la economía de los equipos.

## **1.2. El marco referencial**

El periodismo deportivo abarca los temas relacionados con el deporte, los deportistas y los eventos deportivos, además de temas extradeportivos que tienen influencia en los anteriores. La importancia de esta especialización del periodismo se evidencia en su impacto social y su universalidad (Rojas Torrijas, 2014). El periodista deportivo tiene la responsabilidad de comunicar los triunfos pero, también, las historias y los esfuerzos detrás de los atletas. Debe conocer de reglamentos, contextos y buscar el bien común de los deportistas y del deporte (López, 2012).

El periodismo deportivo, tal como otras especializaciones de la profesión, debe incluir la investigación y profundización de sus contenidos. El periodismo de investigación busca destapar algún acto desconocido u oculto el cual está relacionado a alguna ilegalidad o delito. Según de Pablos (1998), se basa en cinco fases: la pista, la pesquisa, la publicación, la presión y la prisión. La pista se refiere al primer acercamiento del periodista a la investigación, la cual encierra algún problema informativo o incógnita comunicativa que afecta negativamente a una comunidad. La pesquisa abarca la consulta con fuentes personales o documentales y la comprobación de las pistas. Después del trabajo investigativo, llegará la publicación en un

medio. A partir de esto habrá una presión hacia el periodista por su trabajo, mientras la justicia utiliza la investigación para determinar acciones legales. Finalmente, llega la prisión, que es una referencia al castigo que aquellos individuos o entidades investigados afrontarán.

El periodismo deportivo, además de investigación, debe ofrecer contenidos de calidad a sus audiencias. La calidad de un producto periodístico está relacionado a su impacto en el interés público. Los criterios para definir una calidad periodística provienen de la libertad, la igualdad, el orden y la solidaridad. Estos valores sostienen el rol social de la información y permiten evaluar las acciones de periodistas y medios (McQuail, 1998). La calidad es también relacionada con la objetividad. Esta puede ser medida según la contratación de información, la documentación independiente, la investigación con testigos presenciales y los conceptos de transparencia, neutralidad, equilibrio y diversidad de fuentes (Pellegrini, Puente, Porath, Mujica, & Grassau, 2011).

El día a día del periodista deportivo está compuesto de eventos y sucesos que deben ser expuestos en formatos informativos. La noticia es el género fundamental del periodismo y cuyo principal propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo. Este es el menos subjetivo de los géneros periodísticos. No contiene opiniones, solo información. No hay calificaciones ni juzgamientos, se relata lo sucedido y se deja que el público saque sus propias conclusiones. Debe publicarse sin una interpretación (Leñero & Marín, 1986).

Además de las opiniones, otro error a evitar por un periodista deportivo es caer en el amarillismo y los rumores. El amarillismo es la exageración de la relevancia de hechos, la magnificación de eventos secundarios y la búsqueda de los instintos más mezquinos de las audiencias. Las hipótesis y teorías son presentadas como hechos confirmados (Burgueño, 2008). Los rumores son noticias no verificadas y nunca pueden ser aceptados como materias primas para el trabajo periodístico. Evitar el amarillismo y los rumores es un aspecto

fundamental dentro del código deontológico y de ética del periodista (Martínez Albertos, 1999).

### 1.3. El *paper*

Este *paper* será enviado a la revista *#PerDebate*. Esta es una serie monográfica publicada anualmente por la carrera de Periodismo de la Universidad San Francisco de Quito, con un enfoque en artículos de análisis y reflexión sobre temas de comunicación social, especialmente de periodismo.

*#PerDebate* solicita trabajos de investigación teórica y de reflexión sobre prácticas profesionales y creativas. Este *paper* será presentado como un artículo de revisión, en el cual se analizarán, sistematizarán e integrarán resultados de una investigación. El trabajo deberá ser original e inédito y su escritura deberá basarse en el formato APA. Se utilizará el tipo de letra Times New Roman y un título de 85 caracteres con espacios. La extensión máxima recomendada es de 40.000 caracteres con espacios en promedio.

Un *paper* académico es una publicación basada en descubrimientos, investigaciones o avances científicos. Su objetivo es ampliar el conocimiento de una temática o comunidad. Es necesario que esté escrito y publicado para que otros profesionales puedan contrastarlo, reproducirlo y utilizarlo. El *paper* debe ser presentado eficazmente, para que su mensaje llegué de manera clara al resto de colegas. Por tal razón, escribir un *paper* es un trabajo que requiere de dedicación, tiempo y esfuerzo (Lam, 2016).

#### 1.4. El *paper* elaborado

Calidad en contenidos deportivos: análisis en medios digitales en época de fichajes

Felipe Alejandro Núñez Sánchez

Universidad San Francisco de Quito

[felipenunezsanchez@gmail.com](mailto:felipenunezsanchez@gmail.com)

Resumen:

Este artículo registra los resultados de un análisis de los contenidos informativos de medios deportivos digitales en el Ecuador. Utilizando como base el modelo del Valor Agregado Periodístico y añadiendo conceptos sobre el periodismo de investigación, se realizó una matriz que contiene datos sobre los artículos publicados durante cuatro semanas en las páginas web de tres medios de comunicación nacionales: *El Comercio*, *Radio La Red* y *Primicias*. El rango de tiempo escogido fueron los cuatro meses que involucran al más reciente mercado ecuatoriano de fichajes de fútbol, ya que se pretende verificar la presencia de rumores y amarillismo durante estas fechas. Se clasificaron los resultados obtenidos según tres niveles de análisis: datos de identificación, proceso de selección y proceso de creación. A partir de gráficos estadísticos y comparando con los conceptos de autores sobre periodismo deportivo y de investigación, se pudo concluir que los contenidos deportivos de estos medios, en su mayoría, mostraban poca investigación propia, tenían escasa contrastación y se enfocaban en la primicia. También se observó, aunque en un menor porcentaje, una nula verificación de la información. Adicionalmente, se comprobó que la gran mayoría de contenidos estaban enfocados en el fútbol por sobre otros deportes.

Palabras claves: *Periodismo deportivo, análisis de calidad, periodismo de investigación, noticias, rumores y amarillismo*

Abstract:

*This article records the results of an analysis of the journalistic quality of the news content of digital sports media in Ecuador. Using as a basis the Journalistic Added Value model and adding concepts of investigative journalism, a matrix was made containing data on articles published during four weeks on the websites of three national media: El Comercio, Radio La Red and Primicias. The time range chosen was the four months that involve the most recent Ecuadorian football transfer market, since the intention is to verify the presence of rumors and yellow journalism during these dates. The results obtained were classified according to three parameters: identification data, selection process and creation process. Using statistical graphs and comparing with the concepts of authors on sports and investigative journalism, it was possible to conclude that the sports contents of these media, for the most part, showed little own research, had little contrast and were focused on the scoop. It was also observed, although in a smaller percentage, that there was no verification of the information. In addition, it was found that the vast majority of the content was focused on soccer over other sports.*

Key words: *Sports journalism, quality analysis, investigative journalism, news, rumors and yellow press*

## 1. Introducción

Los contenidos informativos del periodismo deportivo ecuatoriano carecen de profundización y presentan un casi nulo trabajo investigativo. Especialmente durante los mercados de fichajes, los productos son basados en rumores, en fuentes no confirmadas y no tienen contrastación. Aunque hay artículos académicos sobre la calidad de los contenidos deportivos en el país, no hay investigaciones específicas sobre medios digitales.

Por las razones antes mencionadas, el objetivo es registrar los resultados de una investigación que analizó la calidad de los contenidos informativos en medios digitales ecuatorianos durante el primer mercado interno y externo de fichajes de 2021, desde el enfoque del Valor Agregado Periodístico (VAP), para identificar si aplica el periodismo de investigación como una respuesta ante el sensacionalismo, los rumores y la limitación a un solo deporte.

### 1.1. Historia del periodismo deportivo en el Ecuador

Así como en la actualidad, la prensa ha acompañado a los deportes desde la profesionalización de los mismos. En Inglaterra, en el siglo XIX, el aporte de los periodistas fue fundamental para que las audiencias entendieran las reglas de un deporte que acababa de nacer: el fútbol. Los medios de comunicación tuvieron la labor de difundir las crónicas deportivas para aquellos que no podían asistir a los eventos. Con la llegada de la radio y las transmisiones en vivo, el periodismo deportivo ganó más relevancia a nivel local, y con la aparición de la televisión, los deportes se globalizaron (Lucas, 2006).

En Ecuador, la prensa especializada en deporte comenzó a inicios del siglo XX en diarios impresos como *El Comercio*, *El Telégrafo*, *El Universo* y *El Mercurio*. El fútbol era el deporte más cubierto en Guayaquil, mientras que en Quito también tenían relevancia el vóley, el básquet y las corridas de toros. Las destacadas actuaciones de unos pocos futbolistas ecuatorianos en campeonatos internacionales, como Alfonso Suárez Rizzo y Alfredo Bonnard, promovieron a los medios a enviar corresponsales al exterior. Cuando esto no era posible, la información provenía de agencias de noticias o vía telefónica (Lucas, 2006).

Los pioneros de la profesionalización del periodismo deportivo en el Ecuador fueron Alfonso Laso Bermeo, Blasco Moscoso Cuesta y Carlos Rodríguez Coll, en la década del 50. Ellos formaron un estilo a partir de “sus frases ingeniosas, la utilización del sentido común en

sus comentarios, la dureza de la crítica y un estilo similar al de los narradores y comentaristas del Cono Sur” (Lucas, 2006, pág. 31).

El surgimiento de revistas especializadas en deportes también aportó a la profesionalización del periodismo deportivo. Estas publicaciones “fueron escuelas para muchos jóvenes interesados en la profesión” (Lucas, 2006, pág. 35). Ejemplos de estas revistas son *El Gráfico* en Argentina, *El Placard* en Brasil y *Estadio* en Ecuador. Estos formatos netamente deportivos fueron posteriormente adquiridos por la radio y la televisión. Carlos Efraín Machado fundó en AM la *Nueva Emisora Central* en 1974, mientras que Alfonso Laso Bermeo estableció *Radio La Red* en FM en 1997. En televisión aparecieron programas como *Copa*, *Ronda Deportiva* y *Afición* (Chávez, 2019).

Las destacadas actuaciones de deportistas ecuatorianos en el siglo XX aumentaron las audiencias de los medios especializados en deporte. Entre los mayores triunfos están el récord de goles de Alberto Spencer en la Copa Libertadores, el cuarto lugar del nadador Jorge Delgado en las Olimpiadas de 1972, el título del tenista Andrés Gómez en Roland Garros 1990, las finales de Barcelona SC en Libertadores 1990 y 1998 y la victoria de los maratonistas Rolando Vera y Martha Tenorio en San Silvestre 1998. En dicho siglo también se presenció la primera medalla olímpica del país, obtenida por el marchista Jefferson Pérez en 1996.

La llegada del internet al Ecuador promovió que el periodismo deportivo se traslade a las páginas web. La emisora *CRE Satelital* lanzó su sitio web en 1998. Otros medios impresos, de radio y de televisión también incursionaron en el internet durante la primera década del siglo XXI. En 2010, Carlos Limongi fundó *Studio Fútbol*, el primer medio nativo digital especializado en fútbol (Chávez, 2019).

En 2018, un estudio de medios estableció 35 medios deportivos tradicionales nacionales. Tres de estos eran impresos, 12 eran emisores radiales, 4 eran canales televisivos y

16 eran nativos digitales web. Cabe aclarar que la mayoría de medios tradicionales también tenían sus propias páginas web (Chávez, 2019).

A pesar del gran desarrollo mediático que ha tenido el periodismo deportivo en el país, la calidad en sus contenidos no ha avanzado de la misma manera. En Ecuador, la información deportiva tiende a contar con poca investigación y llega incluso a fundamentarse en rumores. Los artículos de los medios digitales tienen pocas fuentes y casi nula contrastación. Según Felipe Larrea (2020), periodista deportivo, esto se debe a que los periodistas quieren ser los protagonistas en lugar de la noticia. A partir de esto, nacen el amarillismo y la falta de contrastación y verificación de la información. Además, hay una tendencia a buscar la primicia y, por lo tanto, los artículos son publicados sin el tiempo necesario para una investigación periodística.

Eduardo Andino (2021), periodista deportivo, explica que el fenómeno de los rumores, el sensacionalismo y el amarillismo sucede primordialmente durante las épocas de los mercados de fichajes del fútbol. Estos son períodos durante los cuales los clubes pueden transferir sus jugadores y tienen lugar en los meses de enero, febrero, marzo, junio, julio, agosto y septiembre. La incertidumbre de qué futbolista llegará, cuándo y a qué equipo, promueven las publicaciones basadas en rumores y que tienen fuentes no confiables.

El último mercado de fichajes en el Ecuador tuvo lugar desde enero hasta marzo de 2021, aunque las negociaciones ya comenzaron en los últimos meses de 2020. Esta ventana de compra y venta de derechos de jugadores ha sido muy importante para los clubes ecuatorianos, ya que coincide con el comienzo de una nueva temporada del fútbol nacional y sudamericano, y además se desarrolla durante la pandemia del Covid-19 que ha afectado negativamente a la economía de los equipos.

## 1.2. Calidad en el periodismo deportivo

El periodismo deportivo abarca los temas relacionados con el deporte, los deportistas y los eventos deportivos, además de temas extradeportivos que tienen influencia en los anteriores. La importancia de esta especialización del periodismo se evidencia en su impacto social y su universalidad (Rojas Torrijas, 2014). El periodista deportivo tiene la responsabilidad de comunicar los triunfos pero, también, las historias y los esfuerzos detrás de los atletas. Debe conocer de reglamentos, contextos y buscar el bien común de los deportistas (López, 2012).

El periodismo deportivo, tal como otras especializaciones de la profesión, debe incluir la investigación y profundización de sus contenidos. El periodismo de investigación busca destapar algún acto desconocido u oculto el cual está relacionado a alguna ilegalidad o delito. Según de Pablos (1998), se basa en cinco fases: la pista, la pesquisa, la publicación, la presión y la prisión. La pista se refiere al primer acercamiento del periodista a la investigación, la cual encierra algún problema informativo o incógnita comunicativa que afecta negativamente a una comunidad. La pesquisa abarca la consulta con fuentes personales o documentales y la comprobación de las pistas. Después del trabajo investigativo llegará la publicación en un medio. A partir de esto habrá una presión hacia el periodista por su trabajo, mientras la justicia utiliza la investigación para determinar acciones legales. Finalmente llega la prisión, que es una referencia al castigo que aquellos individuos o entidades investigados afrontarán.

El periodismo deportivo, además de investigación, debe ofrecer contenidos de calidad a sus audiencias. La calidad de un producto periodístico está relacionado a su impacto en el interés público. Los criterios para definir una calidad periodística provienen de la libertad, la igualdad, el orden y la solidaridad. Estos valores sostienen el rol social de la información y permiten evaluar las acciones de periodistas y medios (McQuail, 1998). La calidad es también relacionada con la objetividad. Esta puede ser medida según la contrastación de información, la documentación independiente, la investigación con testigos presenciales y los conceptos de

transparencia, neutralidad, equilibrio y diversidad de fuentes (Pellegrini, Puente, Porath, Mujica, & Grassau, 2011).

El día a día del periodista deportivo está compuesto de eventos y sucesos que deben ser expuestos en formatos informativos. La noticia es el género fundamental del periodismo y cuyo principal propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo. Este es el menos subjetivo de los géneros periodísticos. No contiene opiniones, solo información. No hay calificaciones ni juzgamientos, se relata lo sucedido y se deja que el público saque sus propias conclusiones. Debe publicarse sin una interpretación (Leñero & Marín, 1986).

Además de las opiniones, otro error a evitar por un periodista deportivo es caer en el amarillismo y los rumores. El amarillismo es la exageración de la relevancia de hechos, la magnificación de eventos secundarios y la búsqueda de los instintos más mezquinos de las audiencias. Las hipótesis y teorías son presentadas como hechos confirmados (Burgueño, 2008). Los rumores son noticias no verificadas y nunca pueden ser aceptados como materias primas para el trabajo periodístico. Evitar el amarillismo y los rumores es un aspecto fundamental dentro del código deontológico y de ética del periodista (Martínez Albertos, 1999).

## 2. Metodología

Este fue un trabajo de investigación de carácter descriptivo, porque buscó responder a la pregunta de cuáles han sido las características de los contenidos informativos de medios digitales deportivos en el Ecuador durante los mercados de fichajes de 2021 de acuerdo con el enfoque de calidad. Se utilizó una metodología cuali-cuantitativa con base en el análisis de contenido.

El este tipo de análisis “es un método para manejar material narrativo cualitativo, pero también es un procedimiento que permite la cuantificación” (Monje, 2011, pág. 120). Por lo

tanto, permite verificar la presencia de temas, palabras o conceptos de un contenido. Además, es posible cuantificar los datos, establecer frecuencias y comparar las apariciones de elementos significativos (Monje, 2011). El Valor Agregado Periodístico, desarrollado por la Pontificia Universidad Católica de Chile, es una derivación del análisis de contenido que incluye contenidos para la cuali-cuantificación. Este método toma en cuenta los procesos de selección y de creación de un producto periodístico (Pellegrini, Puente, Porath, Mujica, & Grassau, 2011).

Para esta investigación se han escogido tres medios digitales ecuatorianos: *El Comercio* (sección de deportes), la página web de *Radio La Red* y la sección *Jugada* de *Primicias*. Tienen tres procedencias diferentes, ya que el primero es la página web de un medio impreso, el segundo es la página web de una radio y el tercero es un medio nativo digital. Además, se eligió estos medios ya que los tres no están enfocados en un solo deporte. Por esta misma razón se evitó a medios nativos digitales como *Bendito Fútbol*, *Studio Fútbol* y *El Futbolero*, los cuales publican información únicamente de fútbol.

Se escogió a *El Comercio* por su significado histórico en el periodismo ecuatoriano. Fundado en 1906, es uno de los diarios más antiguos del país. Actualmente, tiene contenidos exclusivamente digitales que no son publicados en la versión impresa. *El Comercio* tiene, a marzo de 2021, aproximadamente 3,3 millones de seguidores en Facebook, 1,8 millones en Twitter y 970 mil en Instagram. Se escogió a *Radio La Red* por su trascendencia histórica, al ser la primera emisora FM del país dedicada exclusivamente a los deportes. Este medio publica artículos en su página web e incluye información obtenida a partir de las entrevistas en la radio. *Radio La Red* tiene 89 mil seguidores en Facebook, 169 mil en Twitter y 26 mil en Instagram. Finalmente, se escogió a *Primicias*, porque es el primer diario totalmente digital del Ecuador. El medio tiene su propia sección de deportes, denominada *Jugada*. *Primicias* tiene 1,4 millones de seguidores en Facebook, 784 mil en Twitter y 16 mil en Instagram.

En estos medios se analizaron los contenidos informativos basados en deportistas nacionales. Es decir, no se han tomado en cuenta noticias sobre eventos internacionales, si estos no tienen una conexión con el deporte ecuatoriano. Los productos a analizar fueron puramente informativos y no serán tomados en cuenta artículos de opinión.

Durante los mercados de fichajes de fútbol, los periodistas y medios tienden a publicar noticias que son basadas en rumores o con poca contrastación de fuentes e información. Por esta razón, esta investigación ha tenido en cuenta los contenidos publicados durante el más reciente mercado de fichajes. Por lo tanto, las publicaciones pertenecieron a los meses de enero, febrero y marzo de 2021. Además, se incluyó el mes de diciembre 2020, ya que las negociaciones comenzaron durante estas fechas. Ya que hay una gran cantidad de artículos deportivos publicados diariamente por estos medios, se utilizaron únicamente los contenidos de la primera semana de estos meses. Al término de la investigación se recabaron los datos de 532 artículos deportivos.

Para comenzar la investigación, se realizó una matriz de datos. Esta matriz cuenta con tres secciones. La primera comprende los datos de identificación del contenido (un código numérico, el medio de comunicación, la fecha de publicación, el autor, el título, la extensión en párrafos, las etiquetas y el código URL).

Las dos siguientes están basadas en las variables del Valor Agregado Periodístico desarrollado por la Facultad de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Una sección está relacionada con el proceso de selección del producto periodístico (tipo de contenido, origen de la información, enfoque, tipo de deporte, y cantidad de fuentes consultadas y descritas) Por tipo de contenido, se han clasificado los artículos en noticia, reportaje, perfil, crónica, entrevista y crónica de evento. Por origen de la información, se han clasificado en original del medio o proveniente de agencia. Por enfoque, se han clasificado en primicia (el

primer acercamiento a una noticia), seguimiento (posteriores investigaciones del tema) y conclusión (final del tema). Por tipo de deporte, se han clasificado según la disciplina deportiva descrita en el artículo. Por cantidad de fuentes consultadas y descritas, se han contabilizado aquellas fuentes que son literalmente expuestas en el artículo, incluyendo coberturas o entrevistas propias.

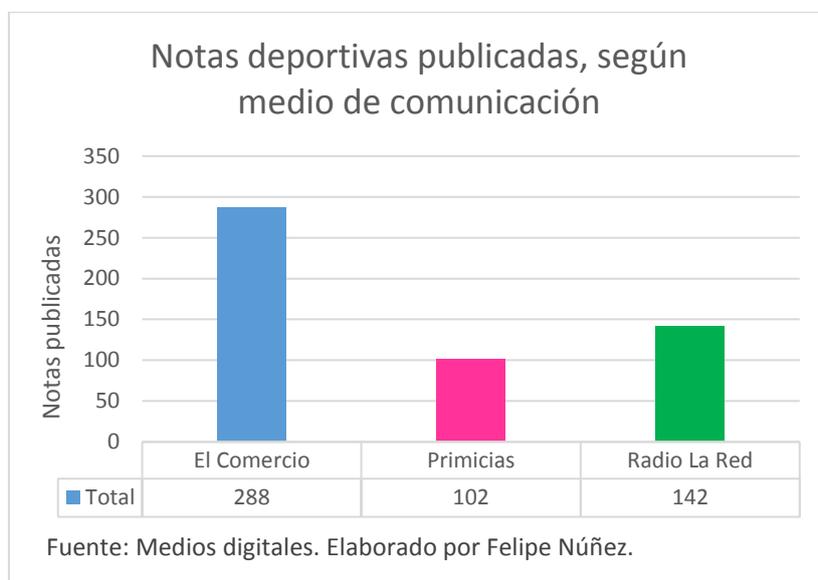
La tercera y última sección se relaciona con el proceso de creación (información verificada, contexto, variedad de puntos de vista, datos nuevos y aporte multimedia). Por información verificada, se han clasificado los artículos según la fuente confirmada consultada, como boletín de prensa, rueda de prensa, entrevista, documento oficial, cobertura propia del evento, entrevista de otro medio, agencia y redes sociales oficiales. Por contexto, se han clasificado según si hay antecedentes (información previa a la noticia), consecuencias (información posterior causada directamente por la noticia), a futuro (información posterior no causada por la noticia) y datos extra (información adicional). Por puntos de vista, se contaron la cantidad de fuentes contrastadas entre sí. Por datos nuevos se clasificó en 'sí' (el artículo publica información inédita conseguida por el propio medio) y 'no' (la información no es nueva y ya ha sido publicada en otros medios). En aporte multimedia se han clasificado en imagen, video, hipervínculos, inserción de una red social, gráfica y tabla interactiva.

Las variables de tipo de contenido, enfoque, cantidad de fuentes, información verificada, contexto, puntos de vista y datos nuevos permitirán determinar la cantidad de periodismo de investigación realizada en los artículos web deportivos. Posteriormente, se realizaron gráficas a partir de las variables y se analizaron los resultados.

### 3. Resultados

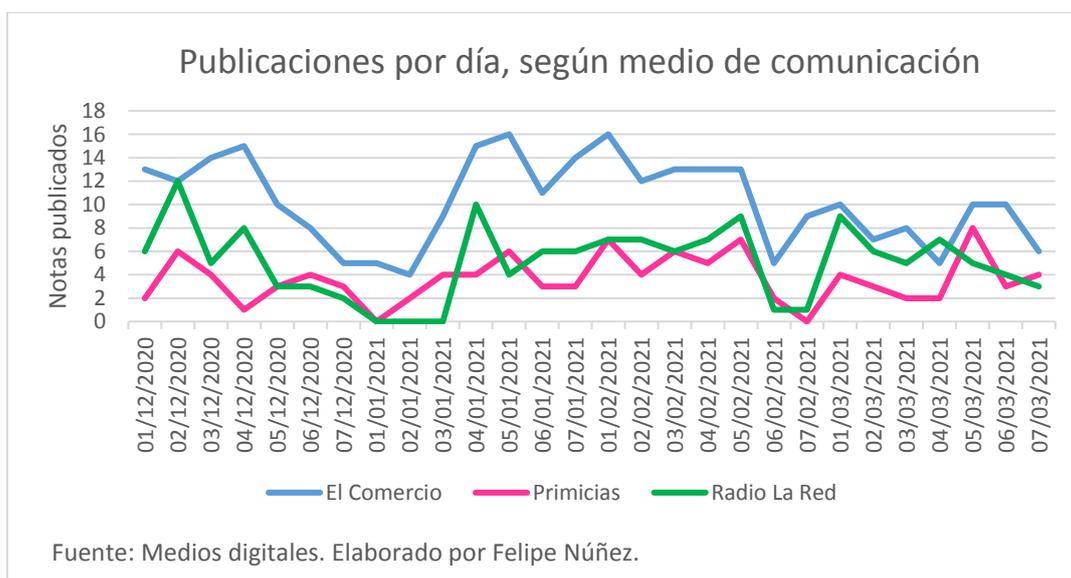
En los 28 días investigados (que pertenecen a las primeras semanas de diciembre 2020, enero 2021, febrero 2021 y marzo 2021), *El Comercio* fue de los tres medios el que más notas deportivas publicó.

Figura 1: Gráfica de número de notas publicadas, según medio de comunicación



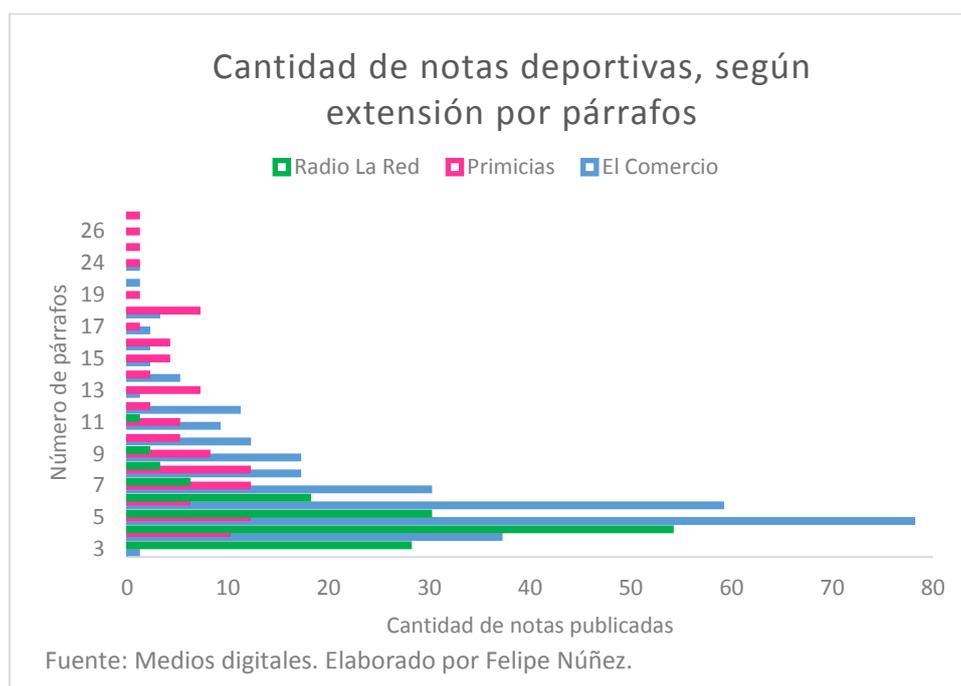
Con 288 artículos, *El Comercio* publicó más cantidad que *Primicias* y *Radio La Red* juntos. En cuanto a la frecuencia por día, *El Comercio* llegó a publicar hasta 16 noticias por día (esto ocurrió el 5 de enero de 2021 y el 1 de febrero de 2021). En esos días, *Primicias* publicó 6 y 7 notas, y *Radio La Red* publicó 4 y 7 notas, respectivamente.

Figura 2: Gráfica de publicaciones diarias según medio de comunicación



Cabe destacar que en dichos días las noticias tuvieron un enfoque de fichajes en el mercado ecuatoriano de fútbol. Por ejemplo, el 5 de enero de 2021, 14 de 26 noticias informaron sobre alguna contratación, confirmada o rumor, de algún jugador o entrenador a algún plantel. En cuanto a la extensión por párrafos de los artículos investigados, tanto *El Comercio* como *Radio La Red* tienden a notas cortas de 4 a 6 párrafos.

Figura 3: Gráfica de número de notas según extensión.

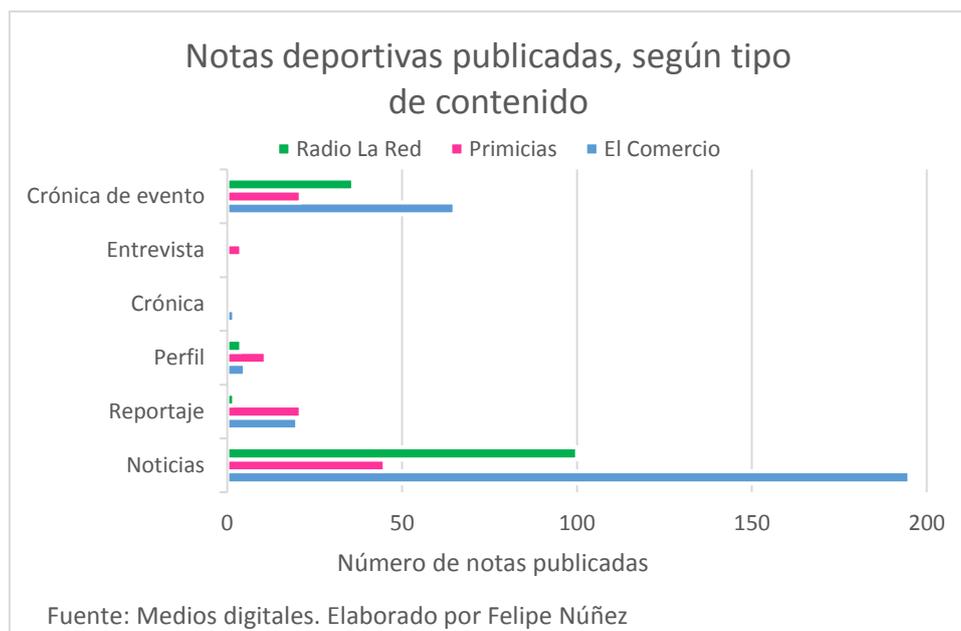


En *El Comercio*, los artículos de 5 párrafos son los más comunes, con un 27%, seguido por los artículos de 6 párrafos, con un 20%. Los artículos con 7 párrafos o menores abarcan el 71% de este medio. En el caso de *La Red*, la mayor tendencia son los artículos de 4 párrafos, con el 38%. La suma de los artículos con 6 o menos párrafos abarca el 91% de las publicaciones de este medio.

Un caso contrario se da en *Primicias*, donde no hay una tendencia tan establecida. El 51% son de 8 párrafos o menos. El resto tiene picos en los 11, 13 y 18 párrafos. *Primicias* también fue el único medio que superó los 25 párrafos, llegando a un máximo de 29 en un reportaje sobre las comisiones de los agentes de los futbolistas.

En cuanto al tipo de contenido, las noticias y las crónicas de eventos deportivos fueron los formatos periodísticos más utilizados en los tres medios. En el caso de *El Comercio*, estos dos formatos fueron el 90% de sus publicaciones; en *La Red* fueron el 95% y en *Primicias* fueron el 64%.

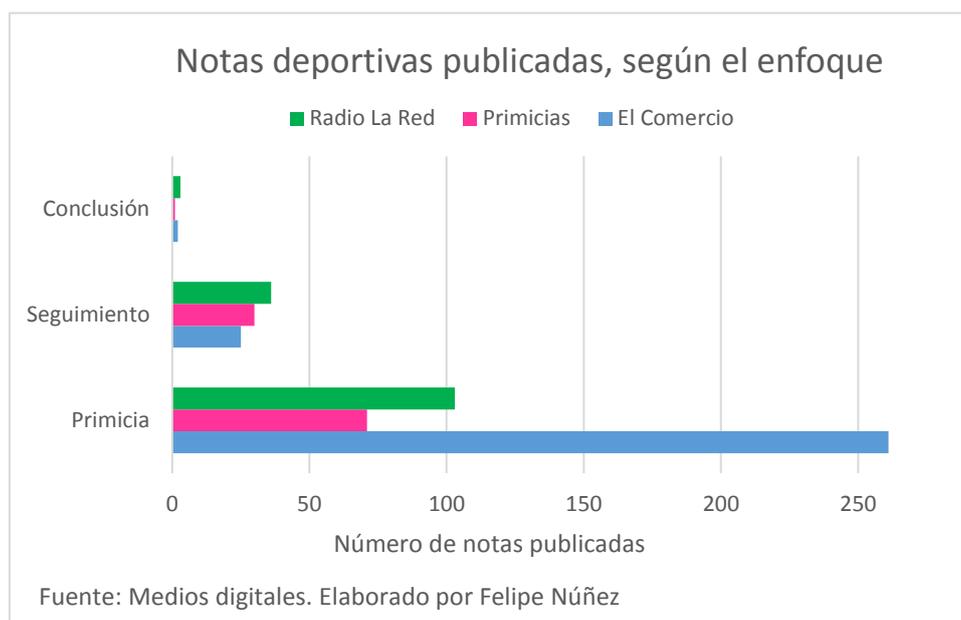
Figura 4: Gráfica de número de notas deportivas según tipo de contenido.



Los siguientes formatos fueron el reportaje y el perfil. La suma de los artículos de estos dos tipos de contenidos fue el 9% en *El Comercio*, 4% en *Radio La Red* y el 31% en *Primicias*. Cabe precisar que en *Primicias*, las crónicas de evento y los reportajes tuvieron el mismo porcentaje. Esto evidencia la tendencia de los tres medios a publicar contenidos inmediatos en lugar de aquellos que requieren más tiempo para una investigación propia.

En cuanto al enfoque de las publicaciones, la gran mayoría se basó en el primer acercamiento, es decir, en la primicia. Para *El Comercio*, este enfoque fue el 90%; para *La Red*, el 72%; y para *Primicias*, el 70%.

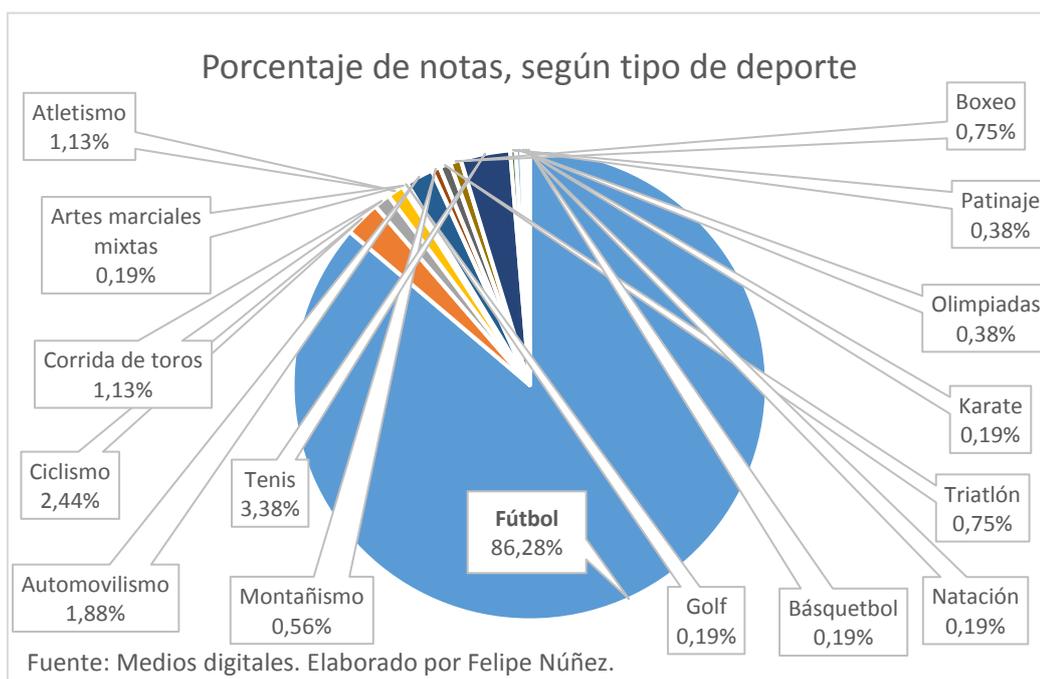
Figura 5: Gráfica de notas publicadas según su enfoque.



La conclusión del hecho fue el enfoque menos buscado por los tres medios, con solo 2 artículos de este tipo en *El Comercio*, 3 en *La Red*, y 1 en *Primicias*.

El fútbol es por gran mayoría el deporte más cubierto. 459 de los 532 artículos investigados en los 3 medios fueron de esta disciplina. En segundo lugar estuvo el tenis, con 18 artículos, seguido por el ciclismo, con 13, y el automovilismo, con 10.

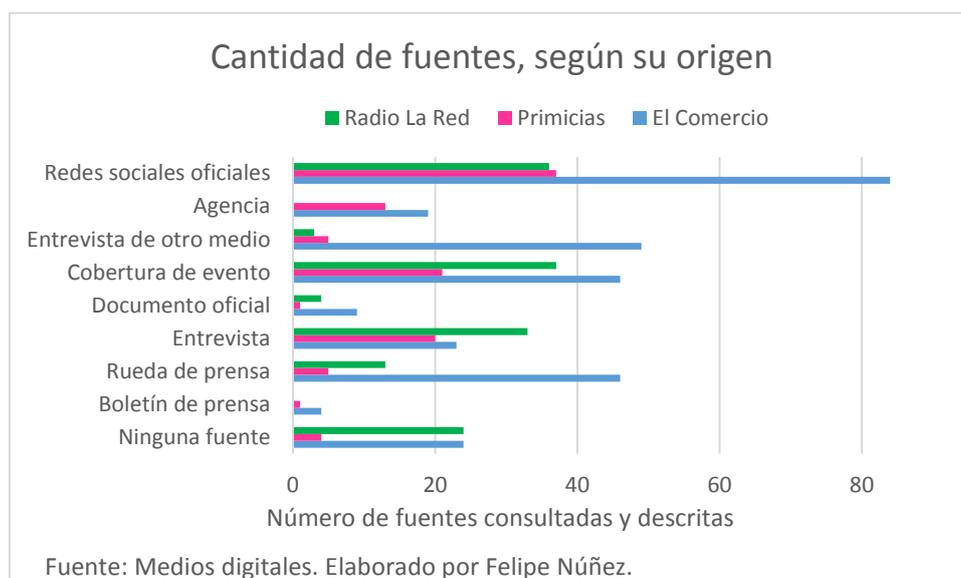
Figura 6: Gráfica de porcentaje de notas según tipo de deporte.



En *El Comercio*, 88% de las notas fueron sobre fútbol; en *La Red* fueron el 92% y en *Primicias*, el 72%. En ninguno de los tres medios, un deporte diferente al fútbol llegó a las 10 publicaciones. Esta falta de coberturas de la mayoría de deportes se asocia con la calidad ya que demuestra una falta de investigación, una ausencia de diversidad de fuentes y poca empatía con una gran comunidad de atletas.

La mayor fuente de información para *El Comercio* y *Primicias* fueron las publicaciones en redes sociales. Cabe aclarar que para esta investigación solo se tomaron en cuenta como fuentes a redes sociales oficiales y verificadas pertenecientes a deportistas, equipos o instituciones. En *El Comercio*, este tipo de fuente abarcó el 28% y en *Primicias*, el 24%. En *Radio La Red*, el porcentaje de redes sociales es del 24%, ligeramente superado por la cobertura propia del evento, con un 25%.

Figura 7: Gráfica de número de fuentes según su origen.



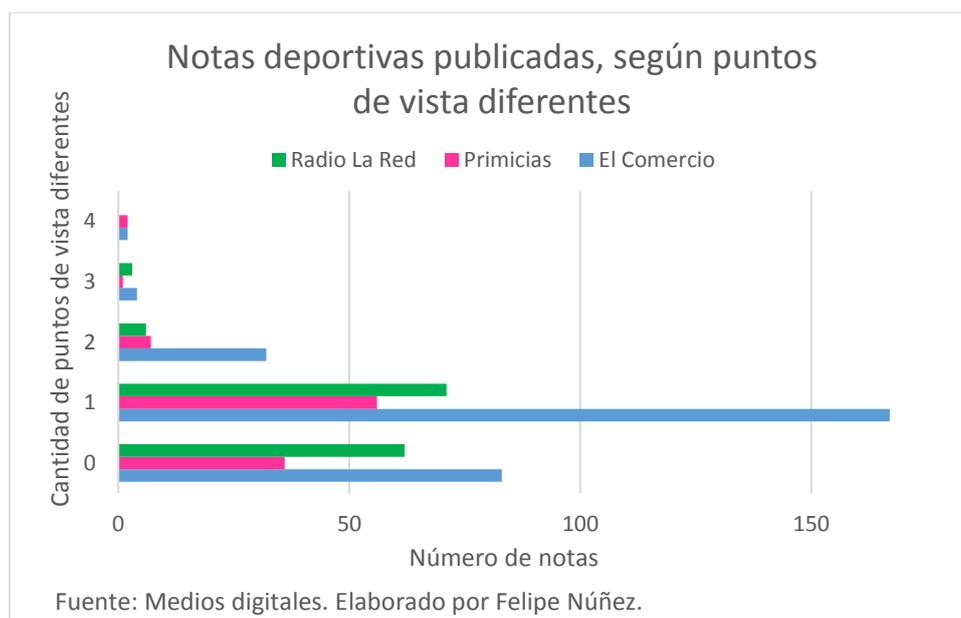
Una gran diferencia se puede observar en los campos de entrevista propia del medio y entrevista tomada de otro medio. En *El Comercio*, las entrevistas ajenas tienen un 16% en comparación al 8% de las propias. Caso contrario se da en *Primicias*, donde las propias abarcan un 18% y las ajenas, un 5%. Algo parecido sucede en *La Red*, con un 22% de propias y un 2% de ajenas.

*El Comercio* tomó un 6% de sus artículos de agencias y *Primicias*, un 12%. *Radio La Red* no citó información de agencias de noticias.

En 52 de los 532 artículos de los tres medios, cerca del 10%, no se citó a ninguna fuente o no hubo una verificación real de la información. En este rubro también se incluyen aquellas noticias basadas en rumores de periodistas o medios de comunicación, pero que no tienen sustento de fuentes oficiales.

Con respecto al contraste de información, la mayoría de artículos consultaron a una sola fuente. En el caso de *El Comercio*, el 57% tenía información de un solo punto de vista; en *La Red* llegó a ser el 50% de las publicaciones y en *Primicias*, el 56%. Esto demuestra que en mínimo una de cada dos notas no hay contrastación y esto es una evidencia de poca calidad.

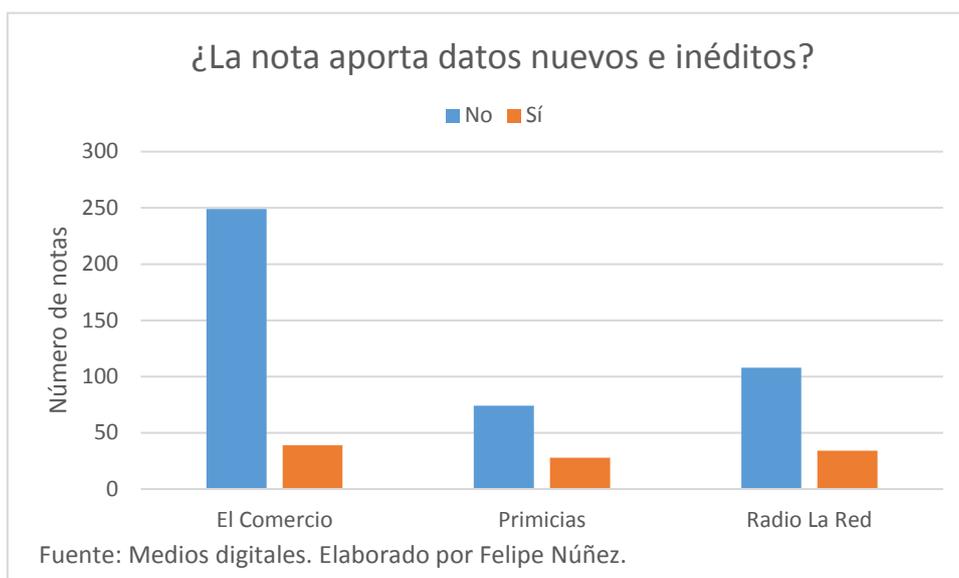
Figura 8: Gráfica de número de notas según puntos de vista.



Un 29% de los artículos de *El Comercio* no consultaron un punto de vista externo. Es decir, no hubo una verificación de la información y/o solo estaba basada en la cobertura personal del periodista del medio, como ocurre en las crónicas de los eventos deportivos. Este porcentaje fue del 35% en *Primicias* y del 44% en *Radio La Red*. Solo cuatro artículos de 532 tuvieron cuatro puntos de vista distintos y este fue el máximo de fuentes externas distintas consultadas.

La mayoría de artículos investigados en los tres medios no contaron con información nueva e inédita, es decir, que no haya sido antes publicada en otros medios o por las fuentes mismas en sus redes sociales. Esta ausencia de investigación propia se pudo observar en las gráficas anteriores y tiene un impacto directo en la verificación, contrastación y contextualización de una nota periodística.

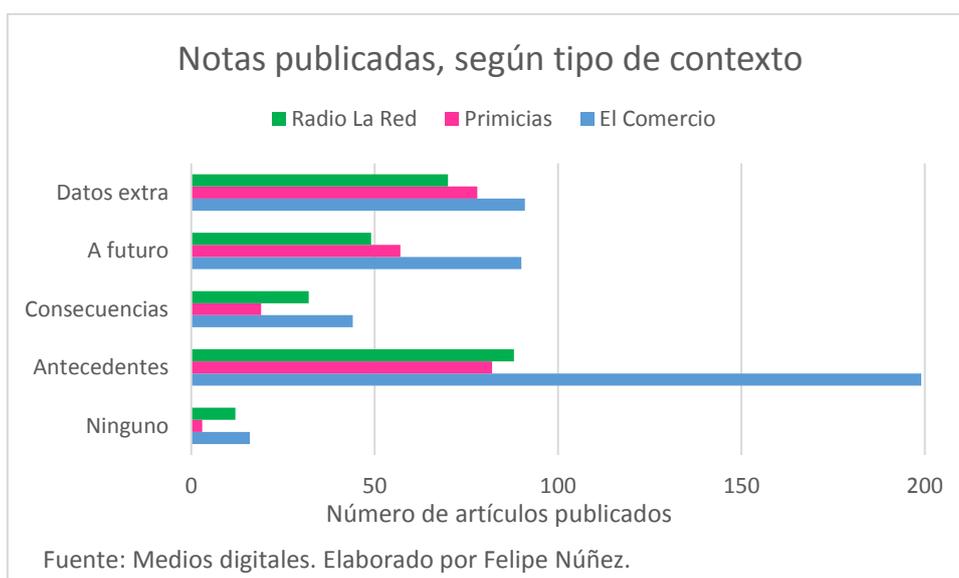
Figura 9: Gráfica de número de notas según aporte de datos nuevos.



En *El Comercio*, un 86% de los artículos no aportó nueva información. En *Radio La Red* este porcentaje fue del 76% y en *Primicias*, del 72%.

Finalmente, el mayor tipo de contexto utilizado en artículos deportivos fueron los antecedentes. Estos estuvieron presentes en 69% de las notas de *El Comercio*, 80% en *Primicias* y 62% en *Radio La Red*. El menos utilizado fueron las consecuencias con 15% en *El Comercio*, 19% en *Primicias* y 22% en *Radio La Red*.

Figura 10: Gráfica de número de notas según contexto.



Además, 6% de las notas de *El Comercio* no tuvieron datos de contexto. Este porcentaje fue del 3% en *Primicias* y 8% en *Radio La Red*.

#### 4. Discusión y conclusiones

Durante enero y febrero de 2021, las publicaciones en los tres medios tuvieron un crecimiento, en comparación con diciembre 2020 y marzo 2021. Este aumento de artículos está relacionado con la época de fichajes, la cual se desarrolla mayoritariamente durante estos meses. En estas semanas, cualquier contratación o indicio de fichajes es suficiente para la publicación de un artículo. El objetivo es la primicia, es decir, tener lista la publicación en el primer momento que el equipo oficializa la contratación de un jugador o cuando un medio o periodista saca a la luz un rumor sobre algún fichaje.

A partir de esta inmediatez, estos artículos carecen de características investigativas. Esto se puede evidenciar en la falta de contrastación, ya que la única fuente descrita es la publicación en la red social del equipo o el artículo de un medio de comunicación externo. Solo se exhibe este único punto de vista y no hay una entrevista con representantes del equipo o del jugador, ni siquiera cuando el fichaje aún no ha sido oficializado y se debería confirmar la información.

La falta de investigación también se puede observar en la extensión por párrafos de los artículos. Al utilizar una sola fuente y no hacer más consultas propias, los artículos web tienden a ser de 6 párrafos o menos, como fue en los casos de *El Comercio* y *Radio La Red*.

*Primicias*, aunque también tuvo gran parte de sus artículos en este rango, fue una excepción, ya que publicó un buen porcentaje de notas con extensiones de más de 10 párrafos, incluso llegando a una de 29. Esto se debe a que el 35% de los artículos de este medio son de formatos que necesitan de más investigación como el reportaje, el perfil o la entrevista.

Otra señal de la falta de investigación en los contenidos deportivos es la prevalencia de formatos como noticia y crónica de eventos en los tres medios. En la mayoría de casos, las noticias contaban con poca investigación propia, basándose principalmente en publicaciones de redes sociales, entrevistas de otros medios y ruedas de prensa, y citando una o ninguna fuente. Un caso específico se dio en *El Comercio*, donde los artículos con ninguna fuente citada superaron a aquellos con una entrevista propia.

Por otra parte, las crónicas de eventos fueron el segundo formato más utilizado, pero estos solo contaban con la voz del periodista que cubrió el evento. Andrés Burgo, periodista deportivo argentino, comenta que estos formatos son cada vez menos leídos porque las audiencias ya observaron los hechos acontecidos en los partidos. “De nada sirve describir las acciones de los goles y en qué minuto fueron, si es que ya todos lo vimos. Estas crónicas se tornan innecesarias, a menos que el periodista agregue alguna datos adicionales que la audiencia no se haya percatado” (Burgo, 2021). Las estadísticas concuerdan con Burgo, la gran mayoría de artículos de este formato no contaron con un punto de vista externo y la única fuente fue la cobertura propia del periodista del medio.

El enfoque también es un índice de la investigación. En los tres medios, la mayoría de artículos se basaron en un primer acercamiento, en la primicia. Menos del 20% de los artículos realizaron una investigación posterior, sea de seguimiento o de conclusión. Este resultado concuerda con lo mencionado por Felipe Larrea, quien indica que la primicia es el objetivo principal de los medios ecuatorianos al publicar un artículo.

El único tema que contó con los tres enfoques fue la participación de los equipos ecuatorianos en la Copa Libertadores, con artículos previos a los partidos y finalizando con las consecuencias de sus eliminaciones. Esto indica que no se realizó una investigación de inicio a fin sobre deportistas en situaciones de riesgo, lo cual va en contra de uno de los principios

del periodismo deportivo según López: buscar el bien común de los deportistas y el deporte. La falta de seguimiento también contradice el concepto de periodismo de investigación según De Pablos, ya que el proceso concluye en la pesquisa y no continúa los siguientes pasos.

El fútbol es el deporte rey del Ecuador y la investigación claramente lo demuestra. Aunque no es extraño que el fútbol esté por sobre los otros deportes en artículos publicados, el 86% es excesivo teniendo en cuenta los eventos que tuvieron lugar en otras disciplinas durante los días investigados. En tenis, por ejemplo, Gonzalo Escobar y Roberto Quiroz se destacaron en torneos ATP alrededor del mundo. Sin embargo, solo 18 de los 532 artículos fueron de esta disciplina, y todos salvo uno fueron coberturas de sus eventos, en lugar de una profundización de los personajes en formatos de perfil o reportaje. Apenas 13 artículos fueron de ciclismo, a pesar de los deportistas importantes que hay en esta categoría como Richard Carapaz, Jonathan Caicedo y Miryam Núñez. En automovilismo hubo 10 artículos centrados en dos eventos: la vuelta a la F3 por parte de Juan Manuel Correa y el Rally Dakar de Sebastián Guayasamín. Del resto de disciplinas deportivas, ninguna llegó a más de 6 artículos, a pesar de la importancia del atletismo, la natación o el boxeo en miras a los Juegos Olímpicos de 2021.

Este énfasis en el fútbol es un “problema clave”, según Diego Arcos, periodista deportivo ecuatoriano. Él menciona que se dejan a un lado el resto de los deportes y que un periodista deportivo en nuestro país debería conocer también de marcha, pesas y ciclismo (2020). En la matriz investigada hubo solo dos artículos de marcha y ninguno de levantamiento de pesas.

La ausencia de contraste en la mayoría de artículos también indica una falta de investigación. Apenas 45 de los 532 artículos tuvieron dos puntos de vista distintos, ocho tuvieron tres y solo cuatro contaron con cuatro. Esto demuestra que no hay una búsqueda por conocer las opiniones de los protagonistas de las noticias, o que el esfuerzo se detiene al obtener

un solo punto de vista. La contrastación y la búsqueda de información con los testigos presenciales son puntos básicos para analizar la calidad de los contenidos periodísticos, según el Valor Agregado Periodístico. Por lo tanto, y según los autores de este método, la mayoría de artículos deportivos en los medios investigados carecen de calidad periodística.

Esta falta de calidad, además, está presente en el gráfico sobre el tipo de fuentes consultadas. Solo el 14% de los artículos en los tres medios tuvieron una entrevista propia realizada por periodistas del medio. En el resto de notas, la información fue tomada de redes sociales, entrevistas a otros medios, ruedas o boletines de prensa, agencias de noticias o no hubo una fuente externa consultada. A este porcentaje se lo puede asociar con la cantidad de artículos que sí aportaron con datos nuevos o inéditos por parte del medio. Este porcentaje es apenas del 19% en los tres medios.

Sin lugar a dudas, la estadística más importante de esta investigación es la cantidad de artículos que no contaron con ninguna fuente externa consultada. 52 notas, es decir, cerca del 10% de la suma de los tres medios, no ofrecieron una confirmación de información. Por lo tanto, y según el concepto de Burgueño, estos productos no podrían considerarse como periodísticos y caen en el amarillismo y los rumores. Si bien una de cada diez notas no es una mayoría, sí es un número relevante, considerando la importancia e impacto actual que tienen los medios investigados. Ningún artículo escrito para un medio nacional debería publicarse sin una fuente confirmada ya que, como indica Martínez Albertos (1999), evitar el amarillismo y los rumores es un aspecto fundamental dentro del código deontológico y de ética del periodista.

## 5. Referencias

Andino, E. (27 de enero de 2021). Conferencia Zoom.

Arcos, D. (10 de febrero de 2020). Entrevista personal.

Burgo, A. (24 de marzo de 2021). Entrevista personal.

Burgueño, J. (2008). *La invención en el periodismo informativo*. Barcelona: UOCPress.

- Chávez, A. (2019). *Mapeo de medios en Ecuador: de lo tradicional a lo digital*. Quito: Universidad de las Américas.
- De Pablos Coello, J. M. (1998). *Periodismo de investigación: las cinco fases P*. Revista Latina de Comunicación Social. Obtenido de <http://www.revistalatinacs.org/a/475fp.htm>
- Larrea, F. (14 de marzo de 2020). Entrevista personal.
- Leñero, V., & Marín, C. (1986). *Manual de Periodismo*. México D.F.: Editorial Grijalbo.
- López, A. (2012). *Periodismo deportivo I: cuaderno de cátedra*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- Lucas, K. (2006). *Con sabor a gol... Fútbol y Prensa*. Quito: FLACSO.
- Martínez Albertos, J. L. (1999). *El periodismo en el siglo XXI: más allá del rumor y por encima del caos*. Estudios sobre el mensaje periodístico.
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios*. Madrid: Amortorru Editores.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Neiva: Universidad Surcolombiana.
- Pellegrini, S., Puente, S., Porath, W., Mujica, C., & Grassau, D. (2011). *Valor Agregado Periodístico: La apuesta por la calidad de las noticias*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Rojas Torrijas, J. L. (2014). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. Correspondencias & Análisis.



Capítulo 1					X	X	X									
Redacción del <i>paper</i>								X	X							
Proyecto Web – Formato 1										X	X	X				
Proyecto Web – Formato 2											X	X	X			
Proyecto Web – Formato 3												X	X	X		
Capítulo 2													X	X		
Capítulo 3															X	
Defensa de tesis																X

*Elaborada por Felipe Núñez*

El presupuesto para este proyecto tomó en cuenta las dieciséis semanas mencionadas en el cronograma. Por lo tanto, se realizaron los cálculos de los servicios básicos, internet y telefonía móvil para cuatro meses. Al ser un trabajo realizado en su totalidad por el autor, salvo por las ilustraciones del formato 3, no se ha presupuestado un rubro para personal extra. Además, se incluyó un 5% de gastos varios en caso de alguna eventualidad que no haya sido tomada en cuenta.

*Tabla 2: Presupuesto para proyecto multimedia*

Servicios básicos (luz y agua)	\$400
Internet	\$170.24
Telefonía móvil	\$20
Ilustraciones para formato 3	\$10
Gastos varios	\$30
TOTAL	\$630.24

*Elaborado por Felipe Núñez*

## 2.2. Proyecto multimedia

La página web, creada gratuitamente en el portal Wix.com, comienza con una ventana de Inicio. Aquí se pueden observar el título y el subtítulo del proyecto web y, a continuación, se presentan los enlaces para los tres formatos, cada uno con su titular y resumen. Al final de esta página inicial están los datos de contacto del autor, con una descripción y foto del mismo. El enlace de la página web es el siguiente: <https://felipenunezsanchez.wixsite.com/my-site>.

Figura 11: Captura de pantalla de página inicial.



### 2.3 Primer formato

El título del primer formato es *¿Cuánta calidad tiene el periodismo deportivo ecuatoriano?* y es un reportaje de datos. En la nota web se presentan de manera interactiva las gráficas obtenidas durante la investigación del Capítulo 1. Está dividido en dos secciones: *¿Qué tipo de artículos se publican?* y *¿Cuál es la calidad de los contenidos?*. Además, se presentan testimonios de los periodistas Felipe Larrea, Martha Córdova, Eduardo Andino y Andrés Burgo; y del catedrático Fernando Carrión, para analizar los resultados y establecer conclusiones. En el artículo se incluyen hipervínculos a los tres medios y cinco entrevistados.

Figura 12: Captura de pantalla de primer formato.

## ¿Qué tipo de artículos se publican?

En el período estipulado, *El Comercio* fue el medio que más artículos deportivos publicó, sumando más que *La Red* y *Primicias* juntos.

### Artículos publicados

■ El Comercio ■ Primicias ■ Radio La Red

Primeras semanas de diciembre 2020 a marzo 2021



Realizado por Felipe Núñez

A Flourish chart

La actividad de publicación aumentó en enero y febrero. Este pico de artículos coincide con el período de llegadas y salidas de jugadores a equipos ecuatorianos.

## 2.4. Segundo formato

El título del segundo formato es *Calidad periodística: tres aspectos clave para mejorar en la profesión* y es un reportaje con audios. En este formato se entrevistó a periodistas de los tres medios investigados en el Capítulo 1 para saber cuál es su actualidad durante la pandemia del Covid-19, qué significa para ellos el concepto de calidad periodística y cuál es su motivación para continuar en la profesión.

La primera entrevistada es Martha Córdova, de *El Comercio*. Ella comenta que en su medio hay rigurosidad en los productos periodísticos y que la calidad se evidencia en la confirmación y veracidad de la información. Por su parte, Felipe Larrea, de *Primicias*, expresa que la constante innovación es un parte de la calidad periodística y que en algunos medios se presentan los mismos formatos desde hace décadas. Finalmente, Maité Montalvo, de *Radio La*

*Red*, comenta que la credibilidad va de la mano de la calidad y que incluso colegas suyos han cometido errores de verificación en las redes sociales.

El aporte de este reportaje es la aceptación por parte de periodistas que hace falta más investigación en los contenidos deportivos y que existe una presencia importante de los rumores y el amarillismo en el periodismo deportivo ecuatoriano.

Figura 13: Captura de pantalla de segundo formato.

Córdova estaba acostumbrada a hacer entrevistas personales. "Me gustaba ir a los gimnasios y entrenamientos. De esta manera, conocía más del deporte y aprendía sobre las técnicas de cada disciplina", agrega.

No obstante, quedarse en casa no es una excusa para dejar el profesionalismo y los códigos deontológicos. ¿Qué significa la calidad periodística para Martha Córdova?



## 2.5. Tercer formato

El título del tercer y último formato es *Falsas ilusiones: los efectos del mal periodismo en las audiencias* y es una crónica con ilustraciones. En este artículo web se describen las experiencias de dos hinchas que se dejaron llevar por los rumores. En el primer caso, Francisco Leiva, un fanático de Liga de Quito, comenta cómo se desilusionó cuando un jugador no llegó al equipo, a pesar de que varios medios ya daban su contratación como certera. En el segundo, Rubén Darío Sabando, un hincha de Fórmula 1, expresa que pasó meses de incertidumbre cuando su piloto favorito no encontraba equipo, mientras los rumores de su retiro se

acrecentaban. En ambos casos, los fanáticos dijeron sentirse decepcionados con los medios y manera de manejar la información. Como conclusión, los periodistas entrevistados en los formatos anteriores también comentan cuáles son los efectos negativos de presentar rumores y amarillismo a las audiencias.

Figura 14: Captura de pantalla de tercer formato.

Con el paso de los meses, comenzaron los rumores. Se decía que no había puestos para más corredores. "Él único equipo que podía acogerlo era Red Bull pero, en los últimos diez años, ellos solo había contratado chicos de su cantera (que no era el caso de Pérez). Incluso hubo rumores de su [retiro](#) definitivo de la Fórmula 1".



Rubén (der) veía cada vez más cercana la despedida de 'Checo' Pérez de la Fórmula 1. Ilustración: Ariana Ramírez.

### CAPÍTULO 3

#### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El trabajo buscó responder a la incógnita de cuál es la calidad de los contenidos informativos en medios digitales ecuatorianos, específicamente las secciones deportivas, durante el último mercado de fichajes de fútbol. Para responder a esa pregunta, se utilizó el Valor Agregado Periodístico, que es una metodología que incluye variables sobre calidad; de ahí se realizó una matriz para analizar 532 notas deportivas de los medios *El Comercio*, *Radio La Red* y *Primicias*, correspondientes a las primeras semanas de diciembre del 2020, enero, febrero y marzo del 2021. Al analizar los datos se evidenció que no hubo calidad en, principalmente, las fuentes, la contrastación y verificación de los datos y el aporte de nueva información. También se presentaron hallazgos sobre la diversidad de fuentes consultadas y deportes cubiertos.

La principal conclusión del trabajo investigativo es que hay una poca cantidad de investigación propia por parte de los medios digitales. En un promedio de los tres medios, apenas el 22% de las notas deportivas presentaron datos nuevos e inéditos. La falta de investigación afecta directamente a los elementos de la calidad periodística; por ejemplo, un 55% de los artículos tenía una sola fuente consultada, demostrando una falta de contrastación. A esto hay que añadir el preocupante 10% que no citaba a ninguna fuente, evidenciando una ausencia de verificación.

La razón detrás de estas estadísticas está en el enfoque de primicias que tienen los medios. Un 82% de las notas deportivas de los tres medios cubría el primer acercamiento del hecho. Además, la noticia y la crónica del evento fueron los formatos más publicados, con un 86%. Estos datos también demuestran que hay poca presencia del periodismo de investigación en los medios deportivos, según formato.

Un dato extra a analizar es la excesiva cobertura del fútbol con respecto a otros deportes. 86% de las notas trataron este deporte y la siguiente disciplina en la lista fue el tenis, con apenas un 3%. Esto demuestra un mínimo interés por parte de los medios de extender su cobertura a más deportistas, a pesar de que estos estén pasando por un año vital por los Juegos Olímpicos de Tokio.

En definitiva, los cambios que se deberían producir dentro de los medios digitales deportivos para mejorar la calidad periodística son: incluir el periodismo de investigación, realizar más contenidos con datos propios y diversificar los deportes cubiertos. A partir de estas acciones, se pasó de la investigación a un ejercicio periodístico, que fue el proyecto multimedia; y los principales aportes de este trabajo fueron la aceptación de periodistas deportivos de que hay una ausencia de investigación en los contenidos informativos y que existe una fuerte presencia de rumores y amarillismo en el periodismo deportivo ecuatoriano.

Esta investigación fue llevada a cabo porque en otros trabajos se había analizado la calidad del periodismo deportivo, pero no específicamente en medios digitales ni tampoco en el período propuesto. Los resultados obtenidos serán de pertinencia para periodistas deportivos, trabajadores de medios digitales, estudiantes de periodismo y audiencias que consumen contenidos deportivos.

Para futuras investigaciones sobre el tema, se recomienda investigar sobre el efecto que tiene la mala calidad periodística en las audiencias. También se podrían hacer comparaciones dentro de estos mismos medios, o en otros que tengan una sección deportiva, para comparar cómo cambian los valores de calidad en otros ámbitos como política, economía o cultura. También se podría realizar una investigación a nivel regional, para entender en qué posición se ubican los medios deportivos ecuatorianos con respecto a sus pares en Sudamérica.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andino, E. (27 de enero de 2021). Conferencia Zoom.
- Arcos, D. (10 de febrero de 2020). Entrevista personal.
- Burgo, A. (24 de marzo de 2021). Conferencia Zoom.
- Burgueño, J. (2008). *La invención en el periodismo informativo*. Barcelona: UOCPress.
- Chávez, A. (2019). *Mapeo de medios en Ecuador: de lo tradicional a lo digital*. Quito: Universidad de las Américas.
- Costa, D. (2016). *Exploración de las causas por la escasa profundidad e investigación en el Periodismo Deportivo de Ecuador*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.
- De Pablos Coello, J. M. (1998). *Periodismo de investigación: las cinco fases P*. Revista Latina de Comunicación Social. Obtenido de <http://www.revistalatinacs.org/a/475fp.htm>
- Lam, R. (marzo de 2016). La redacción de un artículo científico. *Revista Cubana de Hematología, Inmunología y Hemoterapia*, 32(1). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-02892016000100006](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-02892016000100006)
- Larrea, F. (14 de marzo de 2020). Entrevista personal.
- Leñero, V., & Marín, C. (1986). *Manual de Periodismo*. México D.F.: Editorial Grijalbo.
- López, A. (2012). *Periodismo deportivo I: cuaderno de cátedra*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- Lucas, K. (2006). *Con sabor a gol... Fútbol y Prensa*. Quito: FLACSO.
- Martínez Albertos, J. L. (1999). *El periodismo en el siglo XXI: más allá del rumor y por encima del caos*. Estudios sobre el mensaje periodístico.
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios*. Madrid: Amortorru Editores.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Neiva: Universidad Surcolombiana.
- Pellegrini, S., Puente, S., Porath, W., Mujica, C., & Grassau, D. (2011). *Valor Agregado Periodístico: La apuesta por la calidad de las noticias*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Rojas Torrijas, J. L. (2014). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. Correspondencias & Análisis.
- Sanguña, J. (2018). *Transmediación y transnacionalismo: nuevas características del periodismo de investigación en el reportaje 'Tarjeta Roja'*. Quito: Universidad San Francisco.

**ANEXO**

Enlace a matriz de codificación:

<https://drive.google.com/file/d/1eoPmYzcu0UL2RVxS6LfFwsvuGdLT0aLw/view?usp=sharing>