

Revisión

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

Felipe Núñez

felipenunezsanchez@gmail.com

Recibido: 1 de junio de 2021 | **Aceptado:** 5 de agosto de 2021

DOI: <https://doi.org/10.18272/pd.v5i1.2329>

Referencia de este artículo:

Núñez, F. (2021). Calidad en contenidos deportivos: análisis en medios digitales en época de fichajes. *#PerDebate*, volumen 5 (pp. 266-287). Quito: USFQ Press.

Felipe Núñez es licenciado en periodismo, mención en periodismo deportivo, Universidad San Francisco de Quito. Ha publicado en las secciones deportivas de diario *La Hora*, *Ecuador en Vivo* y *Primicias*. Además, cooperó con el medio de investigación *Código Vidrio*.



Resumen

Este artículo registra los resultados de un análisis a la calidad periodística de los contenidos informativos de medios deportivos digitales en Ecuador. Con base en el modelo del Valor Agregado Periodístico y 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. A partir de gráficos estadísticos y comparando con los conceptos de autores sobre periodismo deportivo y de investigación, se concluyó que los contenidos deportivos de estos medios, en su mayoría, presentan poca investigación propia, tienen escasa contrastación y se enfocan en la primicia.

Palabras clave

periodismo deportivo, análisis de calidad, periodismo de investigación, noticias, amarillismo

Quality in sports content: analysis in digital media at the time of transfers

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. 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.

Keywords

sports journalism, quality analysis, investigative journalism, news, yellow press

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.

Historia del periodismo deportivo en Ecuador

Así como en la actualidad, la prensa ha acompañado a los deportes desde la profesionalización de estos. En Inglaterra, en el siglo XIX, el aporte de los periodistas resultó 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 escala 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 básquetbol 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 Ecuador fueron Alfonso Laso Bermeo, Blasco Moscoso Cuesta y Carlos Rodríguez Coll, en la década de 1950. 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, p. 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, p. 35). Ejemplos

de estas revistas son *El Gráfico* en Argentina, *El Placard* en Brasil y *Estadio* en Ecuador. Estos formatos específicamente deportivos fueron más adelante 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 de 1990, las finales de Barcelona Sporting Club en Copa Libertadores de 1990 y 1998, y la victoria de los maratonistas Rolando Vera y Martha Tenorio en San Silvestre de 1998. En ese siglo también se presenció la primera medalla olímpica del país, obtenida por el marchista Jefferson Pérez en 1996.

La llegada de 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 la red de redes 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 estableció 35 medios deportivos tradicionales nacionales. Tres de estos eran impresos, 12 emisores radiales, 4 canales televisivos y 16 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 el periodista deportivo Felipe Larrea (2020), 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.

Otro periodista deportivo, Eduardo Andino (2021), explica que el fenómeno de los rumores, el sensacionalismo y el amarillismo suceden 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 cuyas fuentes no son confiables.

El último mercado de fichajes en 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, además se desarrolla durante la pandemia de la covid-19 que ha afectado negativamente a la economía de los equipos.

Calidad en el periodismo deportivo

El periodismo deportivo abarca los temas relacionados con el deporte, los deportistas y los eventos deportivos, así como 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, al igual que 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). Asimismo, la calidad es 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 et al., 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, 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 y 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).

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 Ecuador durante los mercados de fichajes de 2021 de acuerdo con el enfoque de calidad. Se utilizó una metodología cualicuantitativa 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, p. 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 cualicuantificación. Este método toma en cuenta los procesos de selección y de creación de un producto periodístico (Pellegrini et al., 2011).

Para esta investigación se escogieron tres medios digitales ecuatorianos: *El Comercio* (sección 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, un medio nativo digital. De igual modo, 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. En la actualidad, 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 970.000 en Instagram. Asimismo, 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 89.000 seguidores en Facebook, 169.000 en Twitter y 26.000 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, 784.000 en Twitter y 16.000 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 fueron puramente informativos y no se consideraron 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 cuenta los contenidos publicados durante el más reciente mercado de fichajes. Así, las publicaciones corresponden a los meses de enero, febrero y marzo de 2021. Además, se incluyó el mes de diciembre de 2020, ya que las negociaciones comenzaron durante estas fecha. Dado 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 secciones restantes 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). De ese modo se clasificó: por tipo de contenido de los artículos (noticia, reportaje, perfil, crónica, entrevista y crónica de evento); por origen de la información (original del medio o proveniente de agencia); por enfoque (primicia [el primer acercamiento a una noticia], seguimiento [posteriores investigaciones del tema] y conclusión [final del tema]); por tipo de deporte (según la disciplina deportiva descrita en el artículo). Finalmente, por cantidad de fuentes consultadas y descritas (se contabilizaron 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). Así, se clasificó: por información verificada (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 (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]). De igual manera, 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]; por aporte multimedia (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 permitieron 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.

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.

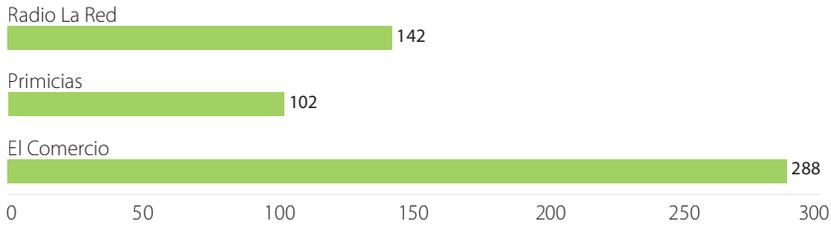


Figura 1. Número de notas publicadas, según medio de comunicación. Fuente: Medios digitales. Elaboración propia

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 y el 1 de febrero de 2021). En esos días, *Primicias* publicó 6 y 7 notas, y *Radio La Red* 4 y 7 notas, respectivamente.

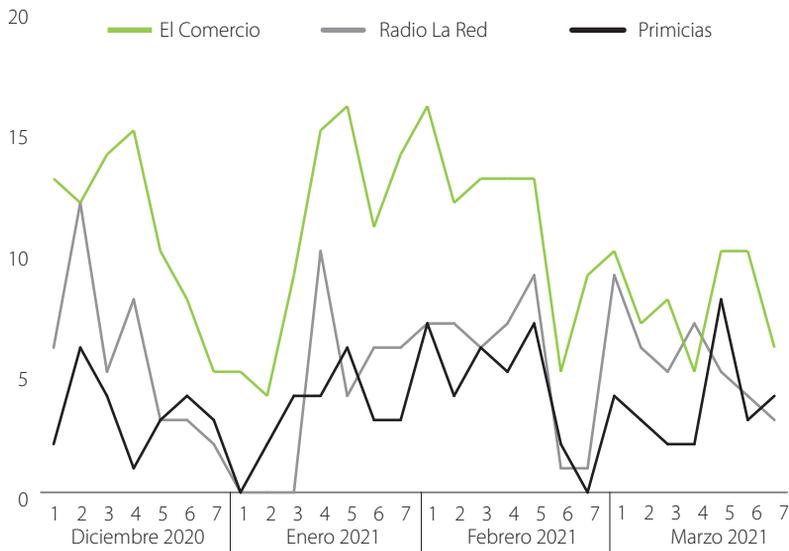


Figura 2. Publicaciones diarias según medio de comunicación. Fuente: Medios digitales. Elaboración propia

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. Acerca de la extensión por párrafos de los artículos investigados, tanto *El Comercio* como *Radio La Red* tienden a notas cortas de 4 a 6 párrafos.

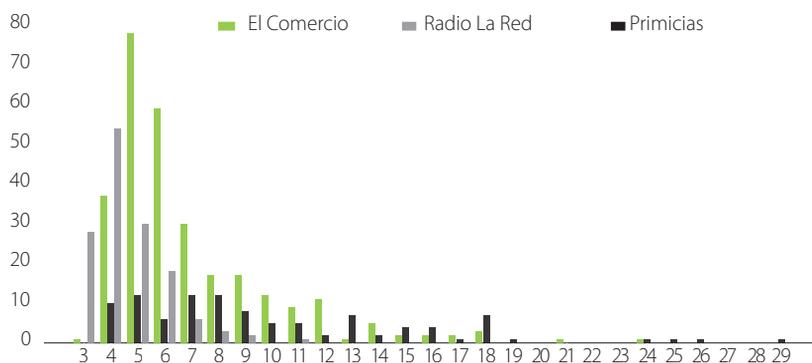


Figura 3. Número de notas deportivas, según extensión por párrafos. Fuente: Medios digitales. Elaboración propia

En *El Comercio*, los artículos de 5 párrafos son los más comunes, con el 27 %, seguido por los artículos de 6 párrafos (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 (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.

Respecto 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 son el 90 % de sus publicaciones; en *La Red* son del 95 % y en *Primicias*, el 64 %.

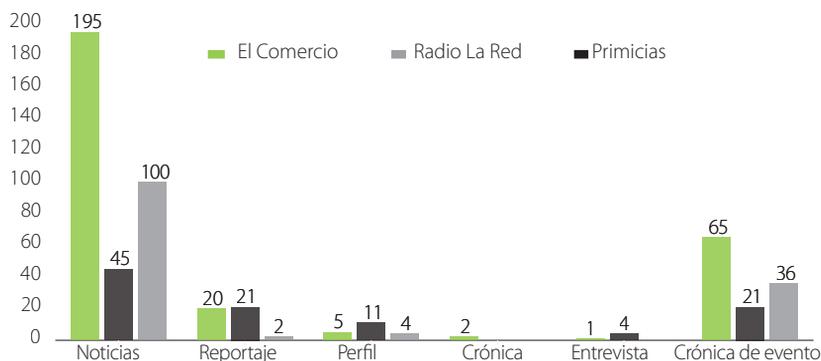


Figura 4. Número de notas deportivas, según tipo de contenido. Fuente: Medios digitales. Elaboración propia

Los siguientes formatos corresponden al reportaje y el perfil. La suma de los artículos de estos dos tipos de contenidos es del 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 es del 90 %; para *La Red*, el 72 %; y para *Primicias*, el 70 %.

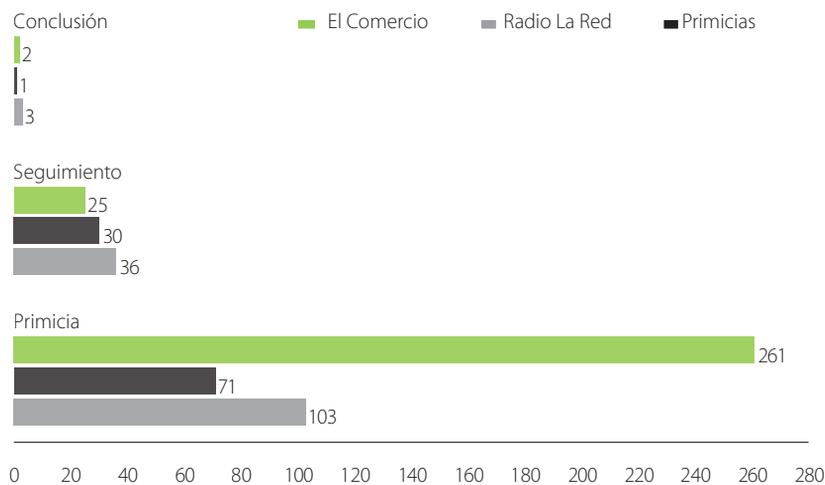


Figura 5. Notas deportivas publicadas, según su enfoque. Fuente: Medios digitales. Elaboración propia

La conclusión del hecho concernió al 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 (18 artículos), seguido por el ciclismo (13) y el automovilismo (10).

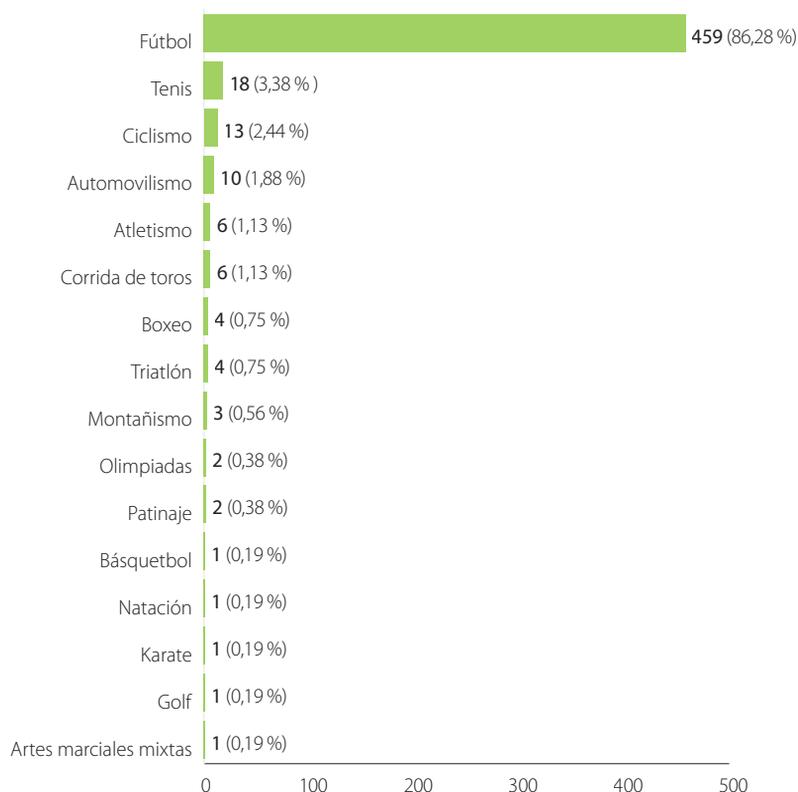


Figura 6. Porcentaje de notas, según tipo de deporte. Fuente: Medios digitales. Elaboración propia

En *El Comercio*, 88 % de las notas son sobre fútbol; en *La Red* (92 %) y en *Primicias* (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* son 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 el 25 %.

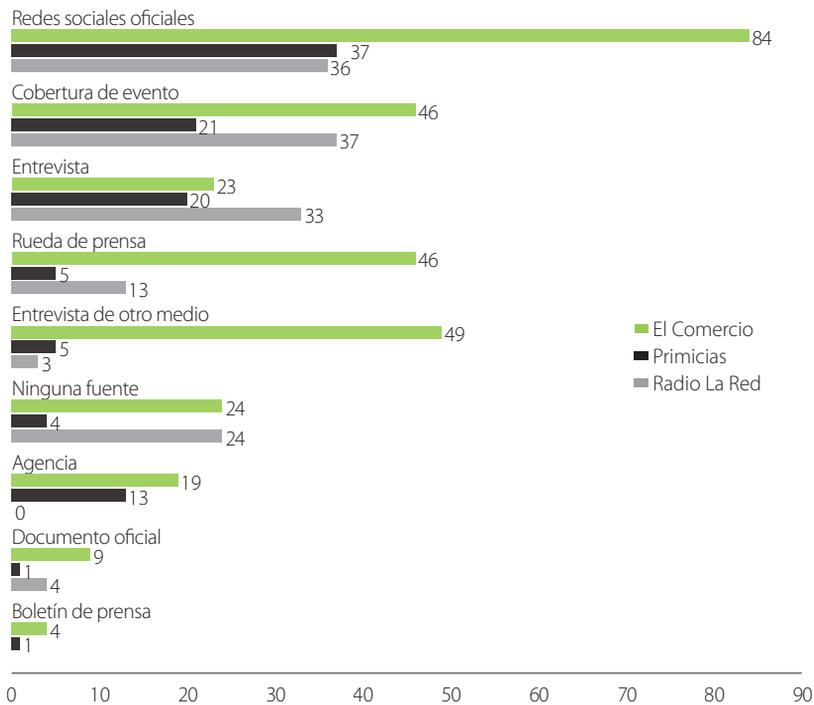


Figura 7. Número de fuentes, según su origen. Fuente: Medios digitales. Elaboración propia

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

El Comercio tomó el 6 % de sus artículos de agencias; *Primicias*, el 12 %. En cambio, *Radio La Red* no citó información de agencias de noticias.

En 52 de los 532 artículos de los tres medios, cerca del 10 %, no 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.

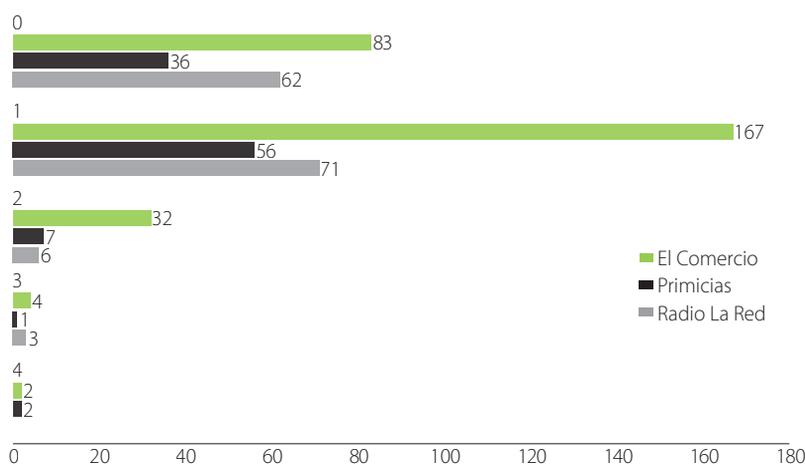


Figura 8. Número de notas publicadas, según puntos de vista diferentes. Fuente: Medios digitales. Elaboración propia

El 29 % de los artículos de *El Comercio* no consultó un punto de vista externo. Es decir, no hubo verificación de la información o solo estaba basada en la cobertura personal del periodista del medio, como ocurre en las crónicas de los eventos deportivos. Este porcentaje es del 35 % en *Primicias* y del 44 % en *Radio La Red*. Solo 4 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 observó en los gráficos anteriores y tiene un impacto directo en la verificación, contrastación y contextualización de una nota periodística.

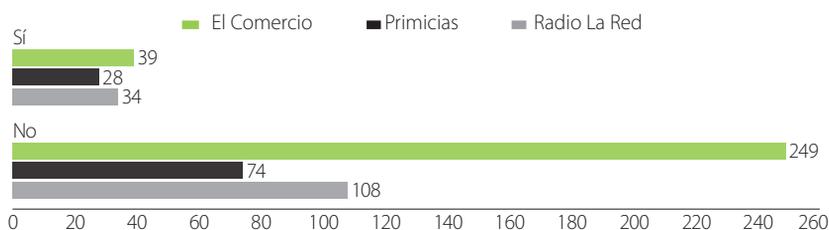


Figura 9. Número de notas según aporte de datos nuevos. Fuente: Medios digitales. Elaboración propia

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

Finalmente, el mayor tipo de contexto utilizado en artículos deportivos es el de 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, las consecuencias con 15 % en *El Comercio*, 19 % en *Primicias*, y 22 % en *Radio La Red*.

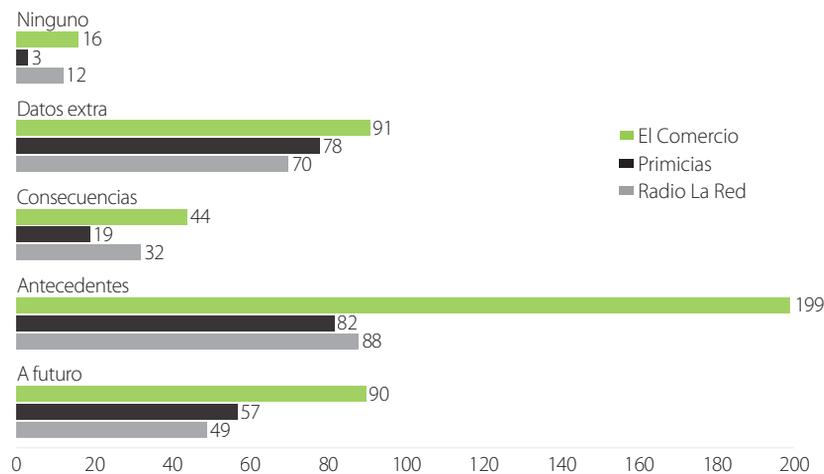


Figura 10. Número de notas publicadas, según contexto. Fuente: Medios digitales. Elaboración propia

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

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 evidencia 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 observa 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 seis 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, constituye una excepción, ya que publicó un buen porcentaje de notas con extensiones de más de diez párrafos, incluso llegando a una de veintinueve. 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.



El piloto Juan Manuel Correa, en su regreso al circuito de Spa, en Bélgica, el 27 de agosto de 2020. - Foto: Cortesia.

El corredor Juan Manuel Correa volverá a las pistas a finales de este año

Imagen 1. El medio digital *Primicias* realiza formatos con más investigación como perfiles, crónicas y reportajes. Captura de pantalla del medio

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*, allí 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 algunos 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.



Imagen 2. La página web de *Radio La Red* publica crónicas de partidos nacionales e internacionales de fútbol. Captura de pantalla 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, para quien la primicia es el objetivo principal de los medios ecuatorianos al publicar un artículo.

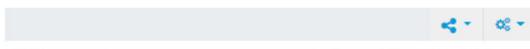
El único tema que contó con los tres enfoques fue la participación de los equipos ecuatorianos en la Copa Libertadores, con artículos previos a los partidos y finalizando con las consecuencias de sus eliminaciones. Esto indica que no se realizó una investigación de inicio a fin sobre deportistas en situaciones de riesgo, lo cual va en contra de uno de los principios del periodismo deportivo según López (entrevista personal, 2020): 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 Coello (1998), ya que el proceso concluye en la pesquisa y no continúa los siguientes pasos.



Deportes / **FÚTBOL**

03 de diciembre de 2020 10:35

La Copa Libertadores 2020: De la ilusión al desencanto en Ecuador



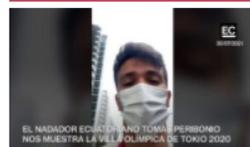
Miguel Ángel Ramírez consuela a Angelo Preciado tras la eliminación de Independiente del Valle de la Copa Libertadores 2020, ante Nacional. Foto: EFE

ÚLTIMA HORA

- 20:09 La aerolínea Icaro lleva diez años en liquidación; autoridades responden
- 19:54 Nicolás Wettstein será el único ecuatoriano que competirá en Tokio este 31 de julio
- 19:45 República Dominicana descarta paciente chino sea portador de viruela del mono
- 19:11 Una comisión de Asamblea Nacional verifica la situación actual en el caso Furukawa

VER MÁS

VIDEOS DESTACADOS

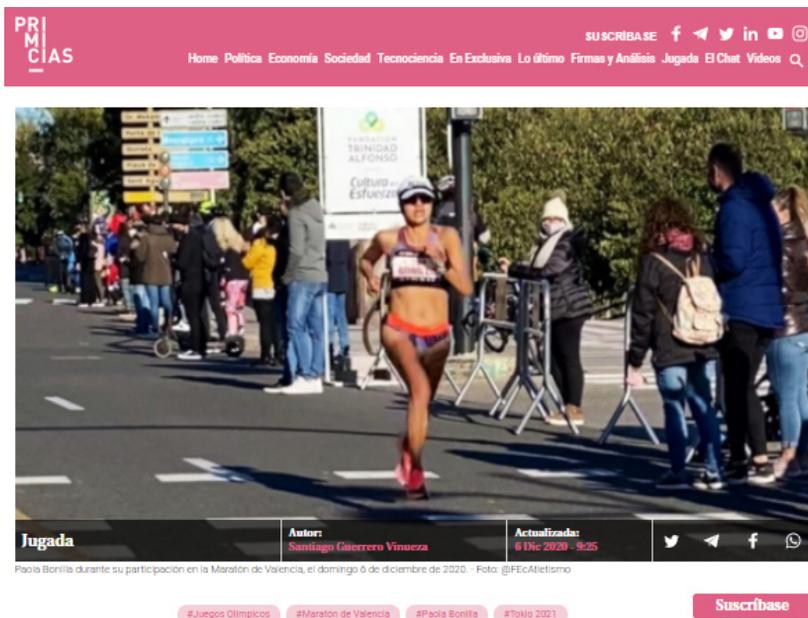


EL NADADOR ECUATORIANO TOMÁS PERIBONIO NOS MUESTRA LA VILLA OLÍMPICA DE TOKIO 2020

¿Cómo es la Villa Olímpica en Tokio? El nadador ecuatoriano Tomás Peribonio recorre las instalaciones

Imagen 3. *El Comercio* publicó un resumen de la Copa Libertadores 2020, el único tema tratado desde la primicia hasta la conclusión. Captura de pantalla del medio

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 son de esta disciplina, y todos salvo uno corresponden a coberturas de sus eventos, en lugar de una profundización de los personajes en formatos de perfil o reportaje. Apenas 13 artículos son 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 con miras a los Juegos Olímpicos de 2021.



Paola Bonilla logra la marca para los Juegos Olímpicos de Tokio 2021

Imagen 4. El atletismo fue la disciplina que más deportistas ecuatorianos llevó a Tokio 2021. Sin embargo, solo se encontraron seis publicaciones de este deporte. Captura de pantalla del medio

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 de acuerdo con 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 contaron con 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 la información. En consecuencia, y según el concepto de Burgueño (2008), 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.

Referencias

- Burgueño, J. (2008). *La invención en el periodismo informativo*. UOCPress.
- Chávez, A. (2019). *Mapeo de medios en Ecuador: De lo tradicional a lo digital*. Universidad de las Américas.
- De Pablos Coello, J. M. (1998). Periodismo de investigación: Las cinco fases P. *Revista Latina de Comunicación Social*. <http://www.revistalatinacs.org/a/475fp.htm>
- Leñero, V. y Marín, C. (1986). *Manual de periodismo*. Editorial Grijalbo.
- López, A. (2012). *Periodismo deportivo I: Cuaderno de cátedra*. Universidad Nacional de La Plata.
- Lucas, K. (2006). *Con sabor a gol... Fútbol y prensa*. FLACSO Ecuador.
- 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*. Amortorrú Editores.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Universidad Surcolombiana.
- Pellegrini, S., Puente, S., Porath, W., Mujica, C. y Grassau, D. (2011). *Valor Agregado Periodístico: La apuesta por la calidad de las noticias*. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Rojas Torrijas, J. L. (2014). Periodismo deportivo: Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis*.