

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



**ANÁLISIS COMPARATIVO SOBRE EL TRATAMIENTO DEL PERIODISMO
DEPORTIVO EN CUATRO PAÍSES: ARGENTINA, BRASIL, MÉXICO Y PERÚ**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

LUIS ENRIQUE QUIROZ PORTAL

ASESOR

KARL FRIEDERICK TORRES MIREZ

<https://orcid.org/0000-0002-6623-936X>

Chiclayo, 2022

Dedicatoria

Dedicado a mis abuelos Chela y Ricardo, quiénes, desde el cielo, me siguen cuidando y enseñando muchas cosas al día de hoy.

A Dios, por darme salud y fuerzas para seguir cumpliendo mis sueños.

A mi familia, que siempre me apoyó y me guío en mis decisiones.

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	1%
3	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	1%
5	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	idus.us.es Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Universidad de Almeria Trabajo del estudiante	<1%

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción	7
Marco teórico	9
Antecedentes	9
Teorías comunicativas relacionadas con el periodismo	10
Capítulo 1: Nociones básicas del periodismo	12
Capítulo 2: Generalidades del periodismo deportivo	13
Capítulo 3: Actualidad del tratamiento deportivo en Latinoamérica	16
Conclusiones	21
Referencias	22

Resumen

El periodismo deportivo latinoamericano fue sinónimo de reconocimiento por muchos años, gracias al significado que le atribuyeron al deporte y a la forma de cómo era llevada la información. Sin embargo, en esta última década, este ha decaído, debido a la poca seriedad que se le ha asignado a la información; viéndose mermada, a su vez, por factores externos. Por ello, la presente monografía tiene como objetivo principal analizar comparativamente el tratamiento deportivo en cuatro países siendo estos Argentina, Brasil, México y Perú, además de explicar el funcionamiento de los medios de comunicación en los mismos y determinar los factores externos que impiden su correcta práctica. Por otro lado, esta investigación servirá como referencia para futuras investigaciones relacionadas con el futuro del periodismo deportivo latinoamericano y de inspiración para los próximos periodistas y fanáticos. Finalmente, este trabajo concluyó que el periodismo deportivo latinoamericano se ve influenciado por la línea sensacionalista y factores externos relacionados con la economía, política y emociones.

Palabras clave: periodismo, periodismo deportivo, medios de comunicación, sensacionalismo, prensa deportiva, populismo.

Abstract

Latin American sports journalism was synonymous with recognition for many years, thanks to the meaning attributed to sports and the way in which the information was handled. However, in the last decade, this has declined due to the lack of seriousness that has been assigned to the information; being diminished, in turn, by external factors. Therefore, the main objective of this monograph is to analyze comparatively the sports treatment in four countries: Argentina, Brazil, Mexico and Peru, as well as to explain the functioning of the media in these countries and to determine the external factors that impede its correct practice. On the other hand, this research will serve as a reference for future research related to the future of Latin American sports journalism and as an inspiration for future journalists and fans. Finally, this work concluded that Latin American sports journalism is influenced by the sensationalist line and external factors related to economics, politics and emotions.

Keywords: journalism, sports journalism, media, sensationalism, sports press, populis

Introducción

Es innegable debatir el concepto de que el periodismo es una de las ramas de la Comunicación más extensas y antiguas de la historia. En sus primeras apariciones, no se le atribuyó el nombre como tal, sino que; implícitamente, se manifestaba, a través de la oralidad. No fue hasta la llegada de la imprenta que el nombre periodismo pasó a ser la cuna de la expresión no solo de las noticias; sino también, de los pensamientos e ideales de las personas.

Conforme han transcurridos los años, han aparecido nuevos medios y nuevas formas de hacer periodismo; esto, con el fin de acercarse más a la interpretación correcta de la realidad y adaptarse a las nuevas tecnologías. Al mismo tiempo, Sparrow (2020) menciona que, cada medio actúa de manera diferente, en el sentido que cada uno prioriza que tipo de información es correctamente publicable, pero a costo de las decisiones de lectores y su influencia en ellos. A su vez, estas han significado un gran avance en el mismo, debido a que han expandido nuevas posibilidades de distribución de información y han posibilitado un gran alcance hacia los públicos.

Sin embargo, la aparición de las nuevas tecnologías significó el surgir de las fake news, ya que los diarios abusaron de la masividad de la sobreinformación en su afán de lograr un impacto trascendente. Esto llevó a que muchos de estos perdieran su prestigio y credibilidad; apuntando a las nuevas tecnologías como principales desencadenantes. Por otro lado, Robledo-Dioses (2017) recalca que, si bien la evolución tecnológica significó un gran impacto en las nuevas formas de hacer periodismo, esta no deja de ser una herramienta señalando así que el periodismo debe mantener su esencia y no dejarse abrumar por la tecnología.

En Latinoamérica, una de las ramas del periodismo que ha trascendido con mayor amplitud en las últimas décadas, ya sea por lo que representa o por la cantidad de publicidad que se difunde, es el área deportiva. El deporte para los latinoamericanos no solo representa un simple ejercicio, sino una pasión y solo el hecho de que esto reciba un área de estudio representa mucho. Esto da cabida a que muchos países lo tomen como una inversión. Para el Banco de Desarrollo de América Latina (2017), el deporte no solo es una fuente de inversión, sino una forma de solución a problemas sociales en países en desarrollo. Actualmente, estos son algunos de los países más reconocidos en el ámbito latinoamericano: Argentina, Brasil y México.

Evidentemente, no todos los países desarrollan de igual manera el periodismo. Existen tres expresiones que se pueden aplicar: objetividad, objetividad más subjetividad y sensacionalismo; siendo Perú uno de los países que más se ha influenciado de este tercer tipo de expresión. De la misma manera, Lerner (2020) recalca que, el periodismo deportivo peruano mantiene una gran similitud con el periodismo rosa, debido a que carece de total objetividad, existe muy poco análisis de como este puede impregnar en la sociedad y se basa en la especulación.

Dependiendo el ámbito que se aplique, dependerá de la calidad información que se difunda. Claro está que, de igual manera, el área deportiva es una de las más afectadas, debido a la sobreinformación que existe respecto a determinados temas. Esto se ve reflejado en las portadas

de diferentes diarios deportivos. Estos van desde el uso de términos y calificativos personales a carecer de sentido crítico. Asimismo, Ramon (2018) menciona que, gran parte de los diarios latinoamericanos aplican 'el periodismo de camiseta' con el fin de generar mayores ganancias y fomentar la polémica, el rumor y la confrontación; alejándose de la información imparcial que deberían infundir.

La calidad de información que se distribuye, a su vez, puede verse influenciada no solo por la línea de expresión a la cual se quieren inclinar los medios de comunicación, sino por factores externos que van desde la censura hasta temas lucrativos. Ante esta problemática, se ha planteado la siguiente cuestión ¿cómo es el tratamiento del periodismo deportivo en Argentina, Brasil, México y Perú?

Asimismo, esta investigación servirá de referencia para futuras investigaciones respecto a la situación futura del periodismo deportivo latinoamericano y que, además sirva como inspiración para aquellos periodistas o futuros periodistas que se preocupan por la realidad o el estado del periodismo en su país y que temen expresar su opinión por miedo a ser silenciados.

Para ello, se ha planteado como objetivo general analizar comparativamente el tratamiento que se le da periodismo deportivo en Perú, Argentina, Brasil y México; cuyos objetivos específicos son determinar la situación actual del periodismo deportivo peruano con el resto de países, explicar el funcionamiento de los medios de comunicación en los mismos e identificar los factores externos que afectan la práctica del periodismo deportivo en estos cuatro países.

Marco teórico

Antecedentes

Osorio y Montes (2017) realizaron una tesis en torno al Procesamiento de la información deportiva del diario El País, edición digital, sobre la participación colombiana en los JJ. OO. Río 2016, cuyos objetivos fueron identificar las herramientas digitales utilizadas, describir los asuntos y distribución de la información respecto a la participación colombiana en los Juegos Olímpicos y recalcar la relevancia del deporte en la portada del diario El País versión digital. Para ello empleó una metodología cualitativa, ya que se utilizó la técnica de recolección de datos para analizar la información enfocada al deporte; a fin de, identificar los componentes utilizados por la versión digital de dicho diario. Esta investigación concluyó que la presencia de las imágenes tomadas y reportajes realizados a los deportistas; ayudó a otorgarles vivencia propia a los contenidos noticiosos, además de respetar la estructura básica del periodismo tradicional y resaltar que el deporte despierta interés en la audiencia por lo que representa a nivel sudamericano.

Autero (2016) desarrolló una tesis sobre el Tratamiento periodístico deportivo minoritario español en los JJ. OO. 2016, cuyos objetivos fueron realizar un análisis comparativo sobre los diarios As y Marca, investigar sus contenidos, determinar la importancia de estos deportes y el apartado respectivo que se le asignan en dichos diarios. Para ello empleó una metodología cualitativa aplicando el análisis de datos con enfoque hermenéutico para, así poder observar el trato informativo que se les da, su importancia y tener una concepción más clara de los mismos. Esta investigación concluyó que tanto los diarios Marca y As comparten el mismo contenido en cuanto información y estructura se refiere y que la presencia de los deportes minoritarios en las portadas de estos no generan impacto y no otorgan ningún beneficio; a esto se le suma la presencia del fútbol y el contenido sensacionalista que expresan.

León (2016) realizó una tesis en relación con el Análisis de los canales televisivos Claro Sports Colombia y Win Sports respecto al tratamiento deportivo, cuyos objetivos fueron identificar el tratamiento informativo de los noticieros deportivos y las influencias que este pueda recibir. Para ello empleó una metodología cuantitativa, a través del análisis comparativo entre ambas cadenas para así, comprender la situación de los mismos. Este trabajo concluyó que la información expuesta por ambas cadenas es incompleta, debido a que muestran una perspectiva sesgada del panorama deportivo y que inciden; en esto, los contratos televisivos, el rating y la falta de preparación de los mismos periodistas.

Román (2020) desarrolló una tesis en relación al Manejo de la información deportiva en tres diarios locales durante el desarrollo de la Copa América 2019, cuyos objetivos fueron analizar la información deportiva presentada y los criterios de la noticia utilizados en los diarios El Bocón, Depor y Líbero. Para ello empleó la metodología cualitativa a través de la descripción e interpretación del investigador respecto a la información tratada por parte de los periodistas deportivos. Este trabajo concluyó que los periodistas deportivos carecen de seriedad al momento de difundir la información, debido al lenguaje inapropiado como es el uso de jergas y a la falta de objetividad.

Araujo (2019) realizó una tesis a cerca del Análisis comparativo sobre la información deportiva en dos periódicos locales respecto a la clasificación de la selección peruana a la Copa Mundial de Fútbol Rusia 2018, cuyos objetivos fueron analizar los enfoques planteados por los diarios Líbero y Depor, comparar las noticias publicadas, describir comparativamente el espacio otorgado a dicho tema y describir el lenguaje empleado. Para ello empleó una metodología cualitativa, ya que utilizó las técnicas de recolección de datos y análisis de datos para, así analizar comparativamente el tratamiento periodístico de ambos periódicos respecto al tema propuesto. Este trabajo concluyó que, respecto al enfoque, se centraron en temas extra futbolísticos que no se relacionaban con la clasificación de la selección peruana al mundial; se evidenció que el diario Líbero tuvo mayor número de publicaciones que el Depor, sin embargo, ambos coincidieron en sus primeras publicaciones respecto al espacio otorgado que abarcaba desde la portada hasta las primeras hojas y mantuvieron un lenguaje coloquial para atraer el interés del lector.

Cavassa (2018) desarrolló una tesis en referencia al Análisis del tratamiento periodístico deportivo digital en cuatro rotativos peruanos, cuyos objetivos fueron identificar las características de las notas informativas referidas a la selección peruana de fútbol y el lenguaje periodístico elaborado y utilizado por Todo Sport, Depor, Líbero y El Bocón compararlos y exponer los diferentes puntos de vista de periodistas deportivos respecto a estos. Para ello empleó una metodología mixta a través del análisis de distintas muestras obtenidas de los diarios y las entrevistas realizadas a los profesionales. Este trabajo concluyó que solo uno de los cuatro diarios expuestos al análisis, Todo Sport, carece de las condiciones mínimas para ser considerado un medio digital: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y usabilidad.

Girón (2018) realizó una tesis sobre el Tratamiento deportivo virtual del diario Depor con respecto a la participación de la blanquirroja durante la Copa del Mundo 2018, cuyos objetivos fueron identificar el lenguaje empleado por el diario respecto a las noticias relacionadas con Perú y reconocer e identificar las herramientas y elementos multimedia novedosas utilizadas. Para ello empleó una metodología cualitativa a través de la matriz de datos y el análisis de contenidos para, así identificar las características de la noticia como las herramientas empleadas, además de comprender el uso de las mismas y de los mensajes expuestos. Este trabajo concluyó que las herramientas digitales más utilizadas por este diario es el uso de las fotografías y los vídeos, mantiene un lenguaje sencillo y coloquial referido a la formación de la noticia y utiliza un lenguaje digital simple (palabras clave, hipervínculos, palabras específicas sombreadas) para facilitar el nivel de búsqueda y lograr una buena exposición mediática.

Teorías comunicativas relacionadas con el periodismo

Antes de poder analizar y reflexionar acerca de los más particular del periodismo, es importante tener conocimiento y definir las bases teóricas que siguen dándole soporte a una de las ramas de la Comunicación más antiguas y que, hasta el día de hoy, se siguen revalorizando según como avanza la tecnología.

Teoría de la agenda setting

Esta teoría impregna una nueva percepción en la mente de las audiencias de cómo deben ser vistos los medios de comunicación. Estos, al día de hoy, manipulan las temáticas bajo su propio interés, con el fin de, generar opiniones sólidas de acuerdo a lo que estos consideren propicio. Esta manipulación va desde la importancia hasta la forma de transmitir el contenido. Asimismo, Ardévol-Abreu et al. (2020) mencionan que, si bien los medios de difusión se centran en los contenidos que el público considere importantes, no significa que cada uno de ellos se le atribuya la misma relevancia. Todo dependerá a la exposición a la cual el público se encuentre.

Esta teoría se relaciona con esta investigación porque se busca entender por qué los medios recurren a ciertos temas y cuál es su finalidad.

Teoría de la aguja hipodérmica

Esta teoría es una de las precursoras en lo que refiere a manipulación de los medios hacia las audiencias. Construye ideologías en la mente de los públicos, a través de mensajes directos y unidireccionales. Al mismo tiempo, Cáceres (2021) menciona que, los medios controlan la pasividad de los públicos; con el fin de, descontextualizarlos sobre algún suceso que esté sucediendo y que estos no reaccionen. Al mismo tiempo, López (2016) añade que, esta teoría impregna directamente en la mente de los públicos, a través del mensaje y que funciona como herramienta de propaganda para controlar a las masas. Esta teoría se relaciona con esta investigación, ya que, se quiere comprender porque los medios omiten información relevante que se puede ser del agrado de los públicos.

Teoría de los efectos limitados

Esta teoría significó un antes y un después para los medios de comunicación. Esta demostró que los públicos pueden escoger los mensajes que los medios emiten, ya que la Teoría de la Aguja Hipodérmica mencionaba lo contrario; debido a que se impregnó la idea de que estos atribuían un control sobre la audiencia sin que esta pudiera responder. Del mismo modo, Katz y Lazarsfeld (1955) recalcaron que, si bien las decisiones de la audiencia respecto al contenido iban bajo su propio criterio, estos se veían influenciados por un líder de opinión (como se cita en Lanusse et al., 2017). Esta teoría se relaciona con esta investigación, debido a que se quiere conocer cuáles son los mensajes que más utilizan los medios de comunicación para modificar las opiniones de las audiencias.

Teoría de usos y gratificaciones

Esta teoría se apoya con la antes mencionada, teoría de los Efectos Limitados, ya que esta; a diferencia de la anterior, explica las razones por las cuales el público prioriza unos temas, a comparación, de otros. Además, Katz et al. (1973) mencionan que, la audiencia se ve influenciada por su comportamiento, el entretenimiento y es vista como un consumidor (como se cita en Herrera, 2018). Por otro lado, Huayana y Peralta (2020) añaden que, esta teoría se basa en las motivaciones y gustos de los públicos para desarrollar medios que sean del agrado de estos. La expansión del internet ha permitido que estos puedan ser recordados en la mente de los públicos sin tener que recurrir a la manipulación. Esta teoría se relaciona con esta

investigación porque se busca conocer cuáles son las razones que motivan a los públicos a escoger a este tipo de medios y temáticas.

Capítulo 1: Nociones básicas del periodismo

Definición

A lo largo de los años, se han atribuido un sin número de definiciones al término periodismo. Esto ha permitido ampliar nuevos horizontes respecto a este y relacionarlo con mucha terminología que quizá no se le familiarizaba como por ejemplo la comunicación social, para el desarrollo, la cultura, la investigación, etc. Esto permitió romper con el famoso cliché de que el periodismo se relacionaba; solamente, con el deporte, la política, economía, espectáculos y policial.

Según la Real Academia Española (2018) menciona que, es una actividad que permite recolectar, interpretar y difundir hechos relacionados con la realidad, a través de medios tradicionales y multimedia, a fin de impactar en la sociedad (como se cita en Salaverría, 2018).

Al mismo tiempo, Dader (2012) coincide que, es un método de información de la realidad inmediata que se encuentra en constante movimiento y actualización; que busca ser el mediador de las audiencias, con el fin de traer asuntos de interés público que impregnen en la mente de las mismas; provocando así, una opinión (como se cita en Robledo-Dioses y Atarama, 2018).

Por otro lado, Martínez (2018) afirma que, es una actividad que sintetiza y jerarquiza la información en relación con hechos de cualquier tiempo. Este representa una demanda en la sociedad porque es una forma de expresión de la misma, respecto a temáticas y actividades humanas de interés público.

Tipos de expresión

Objetividad en el periodismo. El término objetividad es algo que representa un simbolismo en la rama del periodismo y no sobre todo en esta, sino en cualquiera que demande transmisión y publicación verídica de la información. Lamentablemente, este ha pasado a ser inexistente, debido a la poca seriedad que se le ha atribuido a la información y por la misma razón de usar la interpretación como vía sustanciosa para generar mayores ingresos y mejor impacto en la sociedad. Ante esto, Palacios (2016) menciona que, todos los medios de comunicación mantienen intereses que deben perdurar desde prestigio hasta económicos, sin embargo, esto no debe influir en la transmisión de información, debido a que esta puede convertirse en objeto de manipulación hacia las audiencias; provocando consecuencias sociales irreversibles que afectan la integridad de la persona.

El periodismo es una de esas ramas que se le ha criticado por su carencia de la misma y esto se puede ver reflejado, con predominancia, en el área deportiva. Aunque existen periodistas y autores que opinan lo contrario. Al mismo tiempo, Espinosa (2016) opina que existen dos motivos por los cuales es imposible presenciar la objetividad en el periodismo. El primero es, debido a que este; al basarse en la observación y descripción, tiende a estar influenciado por las experiencias, dudas y prejuicios; la segunda, explica la percepción del término periodismo como una acepción de realizar algo de forma desinteresada y sin pasión.

Subjetividad en el periodismo. La subjetividad o interpretación del “yo” es una de las grandes razones por las que el periodismo sea tan mal visto actualmente. Chomba (2016) insiste que, el buen periodismo debe fundamentarse en la imparcialidad y en la calidad de las fuentes para acercarse más a la realidad y evitar una distorsión. Sin embargo, no es que esta se evidencie en cosas mínimas que quizá se pasen por alto, sino que va desde amañar la información porque gran parte de los medios de comunicación se encuentran ligados a algún partido político o, en el caso del fútbol, la mayoría de los programas televisivos se encuentran vinculados a diferentes equipos de fútbol o hasta la misma federación peruana de fútbol que en; innumerables oportunidades, se les ha acusado de la compra de periodistas para hablar exclusivamente bien de esta, aunque puedan haber temas extra futbolísticos de por medio.

Evidentemente, existen géneros del periodismo que se basan en la subjetividad como son los géneros interpretativos y de opinión; sin embargo, estos se basan en argumentos que ayudan a respaldar las apreciaciones de los periodistas. Del mismo modo, la Universidad Privada del Norte (2018) dice que, uno de los géneros en dónde se ve reflejado con mayor detalle la subjetividad es en los géneros interpretativos, sobretodo, en la crónica, pero acote que no se debe de desprender de la realidad ni alterarla.

Capítulo 2: Generalidades del periodismo deportivo

Definición

No existe ninguna complicación al momento de definir el término periodismo deportivo. Todas las interpretaciones que se le atribuyen se relacionan entre sí y comparten la misma base. Para Naranjo (2011), el periodismo deportivo es una especialización del periodismo que se encarga de cubrir y difundir información sobre distintos eventos deportivos (como se cita en Olaya, 2021).

Al mismo tiempo, Olaya (2021) menciona que, el periodismo deportivo es una forma de entretenimiento, vista como una manera de desestresarse y relajación para cualquier lector que simpatice con este. Evidentemente, para toda persona que guste del deporte; provocará en sí, una gran carga emotiva y una buena capacidad de análisis porque este no solo despierta pasiones; sino también sentido crítico. Es, por ello, que el periodismo deportivo mezcla un poco de objetividad con subjetividad.

De la misma manera, Rojas (2014) recalca que, no solamente el periodismo deportivo despierta pasiones y el sentido crítico de las personas, sino que fomenta e intensifica los lazos entre diferentes comunidades, asumiendo el deporte como su máxima expresión (como se cita en Álvarez & Zhañay, 2020). Esto se puede apreciar en los diferentes barrios que existen alrededor del mundo, específicamente en los murales dónde se expresan figuras de diferentes deportistas que trascendieron o en los mismos domicilios. Entre algunos barrios latinoamericanos más representativos están La Florida (Sporting Cristal de Perú), Barrio de Avellaneda (Independiente y Racing de Argentina), Barrio de Flamengo (Clube de Regatas do Flamengo de Brasil) y Chiva Barrio (Chivas de Guadalajara de México).

Historia

No es ajeno mencionar que las primeras apariciones del deporte moderno fueron en la Antigua Grecia. No se practicaba el deporte como una muestra de habilidad para adquirir una

medalla olímpica como lo es actualmente, sino para demostrar su valía y ser reconocidos por los magistrados y el rey. Algunos de los deportes que se practicaban en esa época eran: el pentatlón (esgrima, natación, equitación, cross y tiro), boxeo, carreras de bigas, pancracio (una combinación entre boxeo y lucha), etc. Evidentemente, este último deporte, fue evolucionando con el tiempo hasta desprenderse en varias disciplinas como las artes marciales mixtas o el kick boxing.

Durante el Medievo, la Iglesia se hizo presente durante la práctica del deporte y esto se vio reflejado en la caballería. Martínez (2020) afirma que, la Iglesia fue determinante en la caballería, ya que encomendó en ella la labor de frenar la violencia y los abusos contra la clase baja. Claro está, que para poder realizar dicha función debían de entrenar y practicar con las armas. A partir de ello, se implantó el deporte como una forma de demostrar la valentía y disciplina para saber si eran dignos de semejante responsabilidad y, a su vez, expresar una señal de respeto hacia la Iglesia.

El siglo XIX marcó las bases del deporte moderno como lo conocemos actualmente. Los Juegos Olímpicos celebrados en Atenas 1896, Londres 1908 y Estocolmo 1912 significaron para los medios de comunicación un gran hito, ya que despertó en ellos un interés por cubrir los eventos deportivos, tenerlos como registro en sus portadas y en el contenido de los periódicos y; sobretodo darle importancia y valor al deportista. Si bien estos JJ.OO. cambiaron la visión de cómo puede ser visto el deporte a ojos del periodismo, el público fue quién más repercutió en esta decisión. Asimismo, De Vita (2018) menciona que, los Juegos Olímpicos provocaron un nuevo tratamiento periodístico y un nuevo perfil del periodista, además de consolidar a los diarios deportivos y permitir la existencia de otros. Entre los más importantes de la época están: *Le Veló* (Francia, conocido como el primer diario deportivo), *Spirit of the Times* (Estados Unidos), *Sportsman* (Inglaterra), *Le Velocipède Illustréen* (Francia), etc.

Evolución

Con la consolidación del periodismo deportivo, la prensa escrita tomó mucho protagonismo durante los inicios del siglo XX. De la misma manera, Benaissa (2019) recalca que, las nuevas tecnologías de la época significaron un gran avance en el campo de la comunicación, pero al mismo tiempo, no significaron ninguna amenaza para la prensa escrita.

Sin embargo, la aparición del Internet permitió ampliar nuevos horizontes y formas de cómo manifestarlo. Este nuevo avance tecnológico y la demanda de los lectores por la ampliación de los eventos deportivos significaron una oportunidad para conseguir mayor alcance y mejor distribución de información, aunque actualmente, esto ha provocado mucha sobreinformación y fake news. Por otro lado, De Vita (2018) opina que, este apogeo ha permitido un aumento creciente en el periodismo deportivo y ha logrado ser reconocido ampliamente no solo en el mundo mediático, sino también ser mediador entre comunidades que mantienen como común denominador al deporte.

Prensa deportiva

La prensa deportiva es el canal principal de alimentación informativa del periodismo deportivo. Esta no solo se dedica a la filtración de información y obtención de fuentes, sino también crea estereotipos y promueve la polémica. Además, Alcoba (2005) agrega que, esta no solo se dedica a informar a la sociedad, inclusive velan por sus intereses personales (como se

cita en Céspedes, 2018). Esto claramente se puede ver reflejado en las distintas portadas de los diarios deportivos en donde opacan información relevante y priorizan la que podría aumentar sus ganancias. Según Céspedes (2018) menciona que, las temáticas que prioriza la prensa deportiva abarca desde la información relacionada con los entrenamientos y estados de los atletas hasta los temas personales. Esta última temática genera en el lector una gran controversia, debido a que la gran mayoría considera que abarcan dicho punto porque mantienen una relación amistosa con los deportistas y esto ocasiona que no sean considerados con seriedad.

Por otro lado, Céspedes (2018) agrega que, el léxico que manejan se enfoca por el lenguaje coloquial y sensacionalista, debido a que tratan de empatizar con el lector y tener mayor profundidad al momento de difundir la información. Es importante que la prensa deportiva trate de utilizar todos los recursos posibles para relacionarse con el público y los personajes deportivos, lamentablemente esto influye en la redacción de las noticias; ya que utilizan las jergas o expresiones vulgares. Evidentemente, no se puede manejar un vocabulario técnico o especializado por la coyuntura nacional a la cual se encuentran expuestos.

Portadas. Si hay algo que se le critica con mayor amplitud a los diarios deportivos son sus portadas desatinadas y sin presencia de objetividad. Es común observar tanto en la internet como en la presencialidad diferentes portadas deportivas con información irrelevante. Esto pone en debate el criterio con el que los medios escogen el contenido.

La gran mayoría de periodistas, coinciden que las portadas impresas y publicadas en su web son producto de lo que el público demanda, pero realmente ¿escuchan o leen lo que su público piensa? Gran parte de las portadas deportivas, especialmente las virtuales, son objeto de sarcasmo e indignaciones por parte de los lectores porque opacan información relevante como en el caso del fútbol que pesa más la predominancia de los clubes más populares que los logros internacionales o nacionales de equipos minoritarios. Todo esto se debe al sensacionalismo.

Para Dancourt (2018) opina que, el sensacionalismo es una forma errónea de manifestar el periodismo, ya que busca sobrevalorar información irrelevante e inexistente y hasta, en el mayor de los casos, abusa de la repetición.

Este podrá interpretarse como una forma no tan elaborada de llegar al lector, pero hay que tener en cuenta que modifica la realidad, genera controversias entre los mismos lectores y alejamiento hacia esos medios.

Titulares. El titular, junto con la portada, son los dos mecanismos que invitan y captan la atención del lector. Asimismo, Céspedes (2018) recalca que, el titular es lo que demanda mayor tiempo de perfección para el periodista y que su importancia se mide por la atribución que se le dé a la nota periodística. Claro está que, este rige bajo el ingenio del mismo periodista y medio.

Los titulares es otra de las cosas que se le discute demasiado a los diarios deportivos porque recurren demasiado a los apelativos, haciendo que estos impregnen con mayor facilidad en la mente del lector populista.

Fuentes de información. Las fuentes determinan la dirección de la noticia y, además provocan desinformación, sobreinformación y fake news. Al mismo tiempo, señalan el prestigio de los medios de comunicación.

Según Rodríguez (2016) apela que, estas determinan la fiabilidad de la información y el enfoque del desarrollo de la noticia, además menciona que el periodista puede utilizar fuentes oficiales provenientes de entidades e instituciones y no oficiales procedentes de terceros.

Los casos más comunes en dónde se aplica la fiabilidad de las fuentes, en el caso del fútbol, es en el tema del mercado de fichajes o en los problemas extradeportivos que involucran tanto a los jugadores como los entrenadores.

Perfil del periodista deportivo. Actualmente, el periodista deportivo es muy criticado por su forma de expresión, profundidad temática y capacidad de análisis. El medio al cuál se encuentra expuesto determina la postura a la que se inclinará. Lamentablemente, gran parte de estos medios, carecen de objetividad. Esto se ve reflejado en la forma de redacción y cómo se llevará la noticia.

Por otro lado; existe otro factor determinante y es la falta de preparación de muchos periodistas que al momento de comentar sobre algún suceso deportivo mencionan algo irrelevante o fuera de contexto. Esto se debe a que, en su mayoría, no han estudiado una carrera relacionada al periodismo, no han culminado sus estudios o; simplemente, son ex deportistas que la misma prensa ha idolatrado y que por el simple hecho de haber ejercido una carrera extensa relacionada al deporte; se consideran partidarios de la información. De la misma manera, Álvarez y Zhañay (2020) agregan que, el periodista deportivo debe estar a la altura del medio al cual representa (esto involucra manejar un vocabulario adecuado, mantener la objetividad y perfeccionar su capacidad de análisis) y que debe dominar y tener conocimiento sobre la información que se le otorga.

Capítulo 3: Actualidad del tratamiento deportivo en Latinoamérica

Pese a que Latinoamérica no fue la cuna del periodismo deportivo, esta ha trascendido con mayor amplitud, debido a tener una perspectiva totalmente diferente a lo que representa el deporte. Kadner (2017) afirma que, el deporte es la insignia de la gran mayoría de países latinoamericanos por su pasión hacia el mismo. Este no solo ha permitido desarrollar una cultura integral en las comunidades, sino también ser vistos como puntos de atracción turística. Es, por ello, que cuando se narra algún evento deportivo se puede sentir la pasión de la hinchada y la emoción de los mismos periodistas. Evidentemente, no se desmerita la labor del desarrollo del periodismo deportivo en el resto de continentes; sino que, en América Latina, se vive de otra manera.

Sin embargo, esta ventaja afecta al tratamiento deportivo, viéndose reflejado en sus portadas o en la seriedad y capacidad de análisis de los periodistas. A su vez, ha provocado que este sea visto solo como un negocio; alejándose y perdiendo la esencia que lo caracterizaba.

Por otro lado, el simple hecho de que el periodismo deportivo sea visto como tal, ha desembocado que se encuentren ligados a él temas ajenos a este como es el caso de la delincuencia, el narcotráfico y la censura. Ante esto, Linares (2021) afirma que, la libertad de prensa se ha visto perjudicada por las restricciones sanitarias y gubernamentales, siendo América Latina, el continente más afectado y a pasos del deterioro. Asimismo, Kadner (2017) agrega que, Latinoamérica se ve influenciado por la violencia y el narcotráfico, sobretodo en América Central y una pequeña parte de Sudamérica, viéndose el deporte opacado e

influenciado. A pesar de todo, el periodismo deportivo se practica individualmente y de distinta manera en cada país.

A continuación, se analizará, en cuatro países diferentes, el trato de la información deportiva y se determinará sus semejanzas y diferencias.

Argentina

El periodismo deportivo argentino, por muchas décadas, fue considerado como uno de los emblemas de Latinoamérica. Esto se debe a la forma de cómo se interpretó el fútbol en principios del siglo XX. Moreira y Araoz (2016) recalcan que, el fútbol, en sus inicios, era practicado en los centros de estudios y fue visto como una herramienta formativa con el fin de moldear a los futuros dirigentes y que estos puedan impregnar en la sociedad, debido a que intentaban prevalecer las clases sociales.

Argentina consideraba que este debía romper tal estereotipo y lo atribuyó como una forma de expresión y el causante del despertar de las pasiones y emociones en las personas; aunque, en un principio, se interpretó como una idea descabellada que modificaba la conducta humana. Siendo este desplazado a las calles. Al mismo tiempo, Moreira y Araoz (2016) agregan que; su desplazamiento permitió la creación del fútbol criollo y la formación de nuevos simpatizantes carentes de: exceso de triunfo, enemistad y atribución del desafío como manifestación de la masculinidad. A raíz de esto, el fútbol se convirtió en su emblema y, hasta el día de hoy, sigue perdurando.

Sin embargo, esta pasión por el deporte ha provocado el declive del periodismo deportivo argentino, viéndose reflejado en los mismos periodistas. Prácticamente, lo han convertido en una especie de reality show porque solo se dedican a hablar de su vida privada estando al aire, en vez de analizar la información deportiva como lo demanda el medio al cuál están involucrados. También, hay que mencionar el aumento del egocentrismo por parte de los mismos, quienes consideran que por el hecho de trabajar para un medio importante pueden denigrar al resto de personas como es el caso de Gustavo López (comentarista deportivo del Canal Plus) que lanzó insultos hacia Ibai Llanos solo por el hecho de tener primicia con jugadores argentinos famosos.

En lo que se refiere al tratamiento deportivo, no existe tanta variedad haciendo que esta se vuelva repetitiva. Gran parte de la información se centra en los clubes más populares de Argentina, los cuales, son Boca Juniors y River Plate, aunque existe mayor predominancia de los xeneizes tanto en los medios impresos como virtuales. En menor escala, se encuentran el resto de clubes.

Evidentemente, a la prensa deportiva le resulta más conveniente hablar solamente de Boca, debido a que es más comercial y en donde se puede ver reflejado, con mayor detalle, es en las transmisiones deportivas. Poniendo un ejemplo, cuando Boca Juniors ha jugado un partido por el torneo argentino o algún torneo internacional, los relatores y comentaristas en vez de estar concentrados en el partido que les corresponde, interrumpen la transmisión para hablar cosas puntuales del post partido generando molestias entre los oyentes y opiniones despectivas hacia estos.

Pero no solamente el sensacionalismo origina escases de información, sino también desinformación, mal manejo de las fuentes y polémicas. La prensa argentina deportiva utiliza la información para generar polémicas tanto en sus programas deportivos como en sus redes

sociales, enfatizando a los titulares apelativos como herramienta de llegada inmediata hacia su público y evitando la información completa.

Por otro lado, Moreira y Araoz (2016) mencionan que, el periodismo deportivo argentino se ha visto influenciado por distintos intereses económicos, relacionados con la publicidad pagada y sponsors, y por el campo político que utiliza al deporte como determinante para convertirse en referentes de estos y poder obtener diferentes cargos. La información deportiva que se publique; dependerá de estos dos factores.

Finalmente, el periodismo deportivo argentino tiene mayor valor, a comparación del resto de países hispanohablantes, por lo que representa sus clubes a nivel mundial.

Brasil

Las primeras apariciones del periodismo deportivo brasileño, al igual que el argentino, se remontan a finales del siglo XIX con la manifestación de su primer diario que se interesó por documentar el área deportiva, *Jornal do Brasil*. Este diario; en sus inicios, solo dedicaba a cubrir deportes cotidianos tales como: la caza, el remo, etc. No fue hasta el año 1901 que el fútbol, también conocido como el deporte rey, se hizo presente.

A pesar que el deporte empezó a tener protagonismo en el periodismo brasileño, este estuvo lleno de críticas. Neves (2018) explica que, el deporte era visto como una simple actividad recreativa y que no podía opacar a los asuntos políticos y económicos. Además, menciona que para que el fútbol cobrara protagonismo, tuvieron que pasar alrededor de cincuenta años; debido al conflicto antes mencionado y a la suma de prejuicios que lo atacaban. Al final, la demanda pública, los distintos logros obtenidos en los diferentes campeonatos sudamericanos y copas del mundo pesaron más. Esto se convirtió en un hito para el tratamiento deportivo.

Con respecto a este, el periodismo deportivo brasileño mantiene una amplia variedad de información, distribuida de acuerdo a los intereses de los medios. Como, por ejemplo, el diario *O Globo* tiene una sección de deporte en donde lo abarca de una manera general que involucra a distintos de estos; en cambio, la *Gazeta Esportiva* cubre únicamente fútbol (no solo abarca el Brasileirao, sino también competiciones y ligas internacionales) porque es un diario especializado solamente en eso. Al mismo tiempo, Neves (2019) agrega que, este último, desde su creación, lucha por traer la información deportiva actualizada.

Lamentablemente, algo de lo que abusa el periodismo deportivo brasileño es la fama de los deportistas. Respecto a ello, Bechara (2016) afirma que, cuando los deportistas se convierten en celebridades, estos aprovechan al máximo en buscar hasta el más mínimo detalle para hacerlo noticia.

Por otro lado, este se ve influenciado por factores ajenos a este como es el caso del aspecto económico y político. Para Monje et al. (2020), el aspecto económico determina el nivel de producción y filtración de contenido informativo por parte de los medios brasileños, teniendo que recortar gastos y realizar una reestructuración del equipo.

Al mismo tiempo, la radiodifusora *Deutsche Welle* (2021) menciona que, actualmente, el aspecto político determina la apertura de la información y es la causante de mucha censura en Brasil, debido al conflicto que existe entre el presidente Jair Bolsonaro y la prensa. Este conflicto muestra el enojo del presidente hacia los periodistas por la práctica indebida del mismo.

México

Según Santiago (2001), la primera aparición del periodismo deportivo mexicano se remonta a mitades del siglo XIX. Pese a que este es uno de los más antiguos, no ha tenido el reconocimiento que se le merece, debido a que jamás fue comercial (como se cita en Colin, 2018). El primer medio deportivo en aparecer fue la revista *The Mexican Sportman* en 1896. Sin embargo, Márquez et al. (2017) agregan que, el periodismo deportivo mexicano recién ha empezado a cobrar importancia durante comienzos del siglo XXI, aunque la rama no está tan consolidada, debido al poco conocimiento que se tiene de ello y sus influencias. Al mismo tiempo, esto ha provocado que se creen estereotipos sobre el perfil y el rol que deben de asumir los periodistas

Por otro lado, eso no ha sido impedimento para que la información deportiva pueda desplazarse al medio digital y audiovisual. No obstante, esta se ve influenciada, como toda Latinoamérica, por el populismo y factores externos. Este último ha marcado un camino en la difusión de la información.

Para Colin (2018), la información deportiva se ve fuertemente influenciada por las presiones económicas, debido al entendimiento de este como un comercio y que, además se ve reflejado en el vínculo emocional del periodista. De la misma manera, Ramos y Navarro (2017) recalcan que, la práctica del periodismo se ve afectada por la violencia y el temor de la libertad de expresión, ya que esta se encuentra a manos de los cárteles.

La información deportiva que mayor predomina, en gran parte de los medios sobre todo en los diarios y las cadenas televisivas, es sobre los dos clubes más grandes de todo México; los cuales, son el América y el Chivas de Guadalajara. En menor escala se encuentran el resto de clubes y otros deportes, aunque el diario *Marca Claro* rompe este esquema, ya que maneja una distribución más equitativa con respecto a la información y tienen mayor cobertura.

Al día de hoy, el periodismo deportivo mexicano sigue perdurando gracias a lo atractivo y competitiva que es su liga nacional y por la cantidad de lectores que lo consumen.

Perú

El nacimiento del periodismo deportivo peruano se remonta a finales del siglo XIX. Según Alberto Cajas (1949) menciona que, este tuvo su origen en el año 1892 con la disputa del partido entre Lima Cricket y Sport Vitarte. La información recolectada del partido fue publicada por los diarios *El Nacional* y *El Callao* (como se cita en Olaya, 2021). Esto permitió que, gran parte de los periodistas que solo se enfocaban en informar sobre política, se expandieran al deportivo, debido a la atracción que este generaba. Obviamente, esto provocó un debate entre ambas partes por el hecho de quién podría aparecer en los titulares.

Lamentablemente, el periodismo deportivo peruano ha decaído demasiado por la poca seriedad que se le ha atribuido. También se debe a la priorización del fútbol como temática principal de difusión. De la misma manera, Rojas (2012) recalca que, la cobertura de un solo tipo de deporte, como es el fútbol, puede generar discrepancia en el público, debido a que se puede interpretar que no se selecciona la información con criterio y que el resto de deportes se encuentran opacados (como se cita en Gonzáles, 2016).

Ahora, esto tiene un porqué y se deriva al término sensacionalismo. Este toma como argumento la atribución del fútbol como espectáculo y, por el hecho de que se califique como

tal, se excusan de que la información debe tratarse de la misma manera. Hay que recalcar que el sensacionalismo ha creado una división entre los lectores: los populistas y los críticos.

Los medios de comunicación van a priorizar lo que les resulta más factible, por eso es que observamos muchas veces en los titulares; información relacionada con Alianza Lima y Universitario. Al mismo tiempo, Vargas (2021) agrega que, las prácticas sensacionalistas deterioran el contexto deportivo y lo impregnan en las mentes de los lectores, con el fin de evitar promover el raciocinio, aumentar el consumo de los medios tanto electrónicos como impresos y distorsionar la realidad a su manera. Hay que acotar, también que mientras más polémica exista de acuerdo a la información que están difundiendo, mayor son los beneficios para estos.

Pero no todo es malo, el sensacionalismo ha permitido la expansión de la información a territorios no tan recorridos y poder empatizar con estos. También este ha traído grandes ganancias al periodismo deportivo peruano y ha ocasionado que siga perdurando, aunque no sea tomado con la seriedad que lo merece.

Finalmente, es importante aclarar que, si bien se practica el sensacionalismo en toda Latinoamérica, no es ajeno mencionar que el Perú se encuentra por debajo de estas tres potencias, debido a que no representa un negocio tan atractivo.

Conclusiones

Respecto al primer objetivo específico “Determinar la situación actual del periodismo deportivo peruano con el resto de países”, concluyó que el tratamiento de la información deportiva en Perú es semejante con la de Argentina, Brasil y México. Los cuatro países mantienen una sola línea de expresión y un solo tipo de contenido, pero la diferencia está en su influencia en Latinoamérica.

Por otro lado, para el segundo objetivo específico “Explicar el funcionamiento de los medios de comunicación en los mismos” se concluyó que los medios de comunicación actúan bajo sus propios intereses, ya que priorizan la información comercial y facilista sobre la relevante. Además, esto se debe a que se rigen bajo la línea sensacionalista.

Finalmente, con respecto al tercer objetivo “Identificar los factores externos que afectan la práctica del periodismo deportivo en estos cuatro países” se concluyó que los factores externos que influyen en la práctica del periodismo deportivo latinoamericano, se basan en cuestiones económicas, políticas y emocionales. Estas no solo generan discrepancia entre los lectores, sino también, pérdida de credibilidad de los medios.

Referencias

- Álvarez, J. P. & Zhañay, J. (2020). *Análisis de la práctica profesional del periodismo deportivo en Cuenca* [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional Universidad de Cuenca. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/33651>
- Araujo, M. A. (2019). *Estudio comparativo sobre el tratamiento periodístico de dos diarios deportivos locales, en relación a la selección peruana, Mundial Rusia 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/6370>
- Ardévol-Abreu, A., Gil, H. & McCombs, M. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la Agenda Setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019). *Profesional de la información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.1>
- Autero, J. M. (2016). *Tratamiento periodístico del deporte “minoritario” en España durante los JJ. OO de Río 2016* [Tesis de pregrado, Universidad de Sevilla]. Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. <http://hdl.handle.net/11441/48362>
- Banco de Desarrollo de América Latina. (21 de marzo de 2017). *El deporte, gran aliado del desarrollo de América Latina*. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2017/03/el-deporte-gran-aliado-del-desarrollo-de-america-latina/>
- Bechara, M. (2016). *A produção do jornalismo na internet* [Tese de mestrado, Fundação Cásper Líbero]. Repositório Cásper. <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2016/04/MARCELO-BECHARA-FRANGE.pdf>
- Benaissa, S. (2019). Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital. *El Argonauta Español*, 1(16), 1-19. <https://doi.org/10.4000/argonauta.3855>
- Cáceres, M. (2021). *La comunicación y el modelo de Lasswel, análisis de la vigencia de la aguja hipodérmica* [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19923>
- Cespedes, I. (2018). *Análisis de la información deportiva de los diarios Depor y Líbero entre agosto y diciembre de 2014* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio de Tesis USAT. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/1587>
- Chomba, G. (22 de setiembre de 2016). Una eterna dicotomía: Periodismo objetivo o subjetivo. *Yo Comunicador*. <https://yocomunicadorupao.edu.pe/una-eterna-dicotomia-periodismo-objetivo-o-subjetivo/>
- Colin, J. C. (2018). La ‘pasión’ como cemento cultural en el periodismo deportivo escrito en la ciudad de México. *Revista Internacional de Comunicación*, 1(40), 62-78. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/8933/7907>

- Dancourt, M. (2018). *Las portadas del diario Líbero según el análisis del discurso* [Tesis de maestro, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio Académico USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4258>
- Deutsche Well. (29 de julio de 2021). Brasil: aumentan los ataques de Jair Bolsonaro a la prensa, según RSF. *Deutsche Well*. <https://www.dw.com/es/brasil-aumentan-los-ataques-de-jair-bolsonaro-a-la-prensa-seg%C3%BAAn-rsf/a-58681667>
- De Vita, R. (2018). *El periodismo deportivo en la era digital: caso del sitio oficial de la copa argentina* [Tesis de maestro, Universidad Abierta Interamericana]. Repositorio Institucional Universidad Abierta Interamericana. <https://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC125959.pdf>
- Espinosa, J. (26 de junio de 2016). Periodismo y ¿objetividad? *El espectador*. <https://www.elespectador.com/opinion/columnistas/jorge-eduardo-espinosa/periodismo-y-objetividad-column-640051/>
- Girón, W. (2018). *Tratamiento noticioso de la participación del Perú en el mundial de Rusia 2018 en el medio deportivo digital Depor.com* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <http://hdl.handle.net/10757/625056>
- González, C. (2016). *Análisis de la viabilidad de un periódico polideportivo en la ciudad de Lima* [Tesis de pregrado, Universidad Jaime Bausate y Meza]. Repositorio Institucional-UJBM. <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/88>
- Herrera, C. (2018). *Uso y gratificaciones del binge-watching entre jóvenes adultos suscriptores de Netflix* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio PUCE. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/15854>
- Huayana, K. & Peralta, F. (2020). *Roles de usuarios y su vínculo con la teoría de los usos y gratificaciones según los comentarios en Tripadvisor sobre tres distritos turísticos de Lima durante el año 2018* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional USIL. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/10458>
- Kadner, M. (2017). El deporte, la marca país más reconocida en América Latina. *El país*. https://elpais.com/internacional/2017/02/08/america/1486515551_856117.html
- Lanusse, N., González, G. & Flores, R. (2017). Nuevos líderes de opinión: los influenciadores en las redes sociales [Discurso principal]. XII Jornadas de Sociología UBA. <https://digital.cic.gba.gob.ar/handle/11746/6709>
- Lerner, D. (07 de agosto de 2020). *Dan Lerner: El periodismo deportivo peruano vive del sensacionalismo*/Entrevistado por Adrián Calle. Somosperiodismo. <http://somosperiodismo.com/dan-lerner-el-periodismo-deportivo-peruano-vive-del-sensacionalismo/>
- Linares, V. (2021). Periodismo: “En América Latina, casi todos los indicadores están en rojo”, denuncia RSF. *Radio Francia Internacional*.

- <https://www.rfi.fr/es/am%C3%A9ricas/20210420-periodismo-en-am%C3%A9rica-latina-casi-todos-los-indicadores-est%C3%A1n-en-rojo-denuncia-rsf>
- López, D. (2016). Preferencias de Géneros Televisivos, Contexto Familiar y Valores, Un Estudio Transcultural con Adolescentes [Tesis doctoral, Universidad del País Vasco]. Repositorio Institucional ADDI. <https://cutt.ly/4Yh8pqqo>
- Martínez, F. (2020). La caballería, la casta medieval que se inventó sus propios mitos. *La Vanguardia*. <https://cutt.ly/qRgpmbG>
- Martínez, N. (2018). *El periodismo cultural*. *Revista de museología Kóot*, 8(9), 63-68. <http://hdl.handle.net/11298/436>
- Márquez, M., Húguez, A. & Martínez, A. (2017). El periodismo deportivo en el norte de México: culturas de producción, prácticas de reportero y percepciones profesionales. En M. Oller (Ed.), *Cultura(s) Periodísticas(s) Iberoamericanas(s)*. *La diversidad de un periodismo propio* (1ª ed., Vol. 125, pp. 163-195). Cuadernos Artesanos de Comunicación. <https://doi.org/10.4185/cac125>
- Monje, D., Rivero, E. & Zanotti, J. M. (2020). Crisis del periodismo y políticas de retracción de los Estados en Argentina, Brasil y Chile. *Comunicación y Sociedad*, (17), 1-22. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7622>
- Moreira, V. & Araoz, L. (2016). Prensa deportiva en Argentina Construcciones identitarias y estilos discursivos del deporte en el diario Olé. *La Trama de la Comunicación*, 2(20), 111-124. <https://www.redalyc.org/pdf/3239/323946840006.pdf>
- Neves, T. (2019). Aspectos da História do jornalismo esportivo. Em L. Pereira (Ed.), *Bibliografia História da Mídia e da Imprensa* (1ª ed., pp. 37-50). Atena Editora. 10.22533/at.ed.0581903094
- Neves, V. (2018). *Jornalismo esportivo: o cenário da cobertura jornalística esportiva em Ribeirão Preto* [Monografía de Bacharelado, Universidade de Ribeirão Preto]. Jornalismo UNAERP. <http://www.jornalismounaerp.com.br/wp-content/uploads/2019/02/TCC-VITOR-NEVES.pdf>
- Olaya, L. E. (2021). *Uso de los recursos de investigación en el periodismo deportivo peruano en el caso del Diario Líbero* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <http://hdl.handle.net/10757/635434>
- Osorio, L. & Montes, M. (2017). *Tratamiento de la información periodística deportiva en la prensa digital caso: Colombia en los Juegos Olímpicos 2016 periódico EL PAÍS* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente]. Repositorio Institucional Universidad Autónoma de Occidente. <http://hdl.handle.net/10614/10267>
- Palacios, A. (02 de junio de 2016). ¿Objetividad en el periodismo? *ELPaís.cr*. <https://www.elpais.cr/2016/06/02/objetividad-en-el-periodismo/>
- Ramon, X. (23 de julio 2018). Bufandismo, polémica y rumor: análisis de portadas deportivas durante el Mundial de Rusia 2018. *Red ética*. <https://fundaciongabo.org/es/etica->

periodistica/blogs/bufandismo-polemica-y-rumor-analisis-de-portadas-deportivas-durante-el

- Ramos, D. & Navarro, M. (2017). Reflexiones acerca de la censura en el periodismo mexicano y su manifestación en la experiencia de los comunicadores locales. *Global media journal México*, 14(26), 44-63. <https://biblat.unam.mx/hevila/GlobalmediajournalMexico/2017/vol14/no26/3.pdf>
- Robledo-Dioses, K. (2017). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 1(8), 1-27. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6057561>
- Robledo-Dioses, K. y Atarama- Rojas, T. (2018). Transmedia journalism and media consumption of the millennial generation. *Anagramas Rumbos y Sentidos De la Comunicación*, 17(33), 105-127. <https://doi.org/10.22395/angr.v17n33a5>
- Rodríguez, R. (2016). Las fuentes informativas en el periodismo de sucesos. Análisis de la prensa escrita. *Correspondencias & análisis*, (6), 197-218. <https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.11>
- Román, L. (2020). *El tratamiento informativo de los periodistas deportivos en los diarios Depor, El Bocón y Líbero durante la Copa América de Brasil. Lima 2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/53528>
- Salaverría, R. (22 de diciembre d 2018). La RAE renueva las definiciones de periodismo y periodista. *salaverria.es*. <http://www.salaverria.es/blog/2018/12/22/la-rae-renueva-las-definiciones-de-periodismo-y-periodista/>
- Sparrow, T. (06 de abril de 2020). *Matrimonio entre ciencia y periodismo: clave para informar en tiempo de crisis*/Entrevistado por Revista Pesquisa Javeriana. Revista Pesquisa Javeriana. <https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/tag/medios-de-comunicacion/>
- Universidad Privada del Norte. (20 de abril de 2020). La subjetividad y el periodismo narrativo. *Blog de la Facultad de Comunicaciones de la UPN*. <https://blogs.upn.edu.pe/comunicaciones/2018/04/12/la-subjetividad-y-el-periodismo-narrativo/>
- Vargas, R. (2018). *El sensacionalismo como discurso periodístico de las portadas de los diarios deportivos: Caso Depor en la cobertura de la selección peruana durante el mundial* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <http://hdl.handle.net/10757/625877>