



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO**

**CARRERA DE PERIODISMO**

**TEMA:**

**PERIODISMO DEPORTIVO Y TELEVISORAS EXTRANJERAS**

**AUTORES:**

**CARLOS ALBERTO LEÓN LEÓN**

**JOSÉ GUILLERMO BRIONES PÉREZ**

**TUTOR:**

**Ph.D. JOSÉ LUIS FÉREZ VERGARA**

**GUAYAQUIL**

**2022**

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	
<b>AUTOR/ES:</b> José Briones Pérez Carlos León León	<b>TUTOR:</b> Ph.D. José Luis Férez
	<b>REVISORES: 1</b>
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	<b>FACULTAD:</b> CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
<b>CARRERA:</b> PERIODISMO	
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2022	<b>No. DE PÁGS:</b> 105
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b> Licenciado en periodismo	
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Periodismo e información	
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Periodismo deportivo, Televisión, Transmisiones.	
<p><b>RESUMEN:</b> El presente proyecto investigativo tiene un estudio cualitativo debido a que permitió obtener y recopilar información acerca del tema abordado, con la finalidad de analizar la línea editorial de nuestro objeto de estudio “Gol TV” en el criterio de los aficionados al futbol en Guayaquil. Para la recopilación de datos descriptivos y narrativos se utilizó la técnica de las entrevistas a periodistas especializados en el deporte con el objetivo que puedan dar sus puntos de vista desde el ámbito profesional. Además, a través de fichas de observación se pudo observar las diferentes emisiones de nuestro objeto de estudio que es el canal “Gol Tv”. A través, de los objetivos de la investigación se pudo analizar la línea editorial de Gol TV en el criterio de los aficionados al futbol en Guayaquil. Posteriormente se determinó los referentes teóricos, legales y conceptuales sobre la relación entre las cableoperadoras y el consumidor, para luego identificar las bases teóricas comunicacionales sobre la difusión y la opinión pública y por último para analizar los formatos interactivos multimedia de las noticias y comentarios deportivos realiza por Gol TV. A través de lo investigado, se pudo analizar que la línea editorial del programa Gol Tv, cumple con las expectativas de los aficionados, debido a que en cada transmisión emiten información actualizada y al mismo tiempo, los panelistas interactúan con los usuarios a través de las redes sociales con los cuales ellos dan sus criterios de algún tema en específico que se esté abordando en vivo.</p>	
<b>No. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>No. DE CLASIFICACIÓN:</b>
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> José Briones Pérez Carlos León León	<b>Teléfono:</b> 0980351377  <b>E-mail:</b> jbrionesp@ulvr.edu.ec cleonl@ulvr.edu.ec
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	Nombre: Msc Diana Almeida Aguilera (Decana de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho) <b>Teléfono: Ext.</b> 042596500 <b>E-mail:</b> dalmeidaa@ulvr.edu.ec Msc Omar Villavicencio (director de Carrera) <b>Teléfono: Ext.</b> 042596500 <b>E-mail:</b> jvillavicencios@ulvr.edu.ec

# CERTIFICADO ANTIPLAGIO

## Periodismo deportivo y televisoras extranjeras

### INFORME DE ORIGINALIDAD

**4%**

INDICE DE SIMILITUD

**4%**

FUENTES DE INTERNET

**1%**

PUBLICACIONES

**3%**

TRABAJOS DE ESTUDIANTE



### FUENTES PRIMARIAS

**1**

[repositorio.ug.edu.ec](http://repositorio.ug.edu.ec)

Fuente de Internet

**1%**

**2**

[brasillatin.blogspot.com](http://brasillatin.blogspot.com)

Fuente de Internet

**1%**

**3**

[cdi.mecon.gov.ar](http://cdi.mecon.gov.ar)

Fuente de Internet

**1%**

**4**

[docplayer.es](http://docplayer.es)

Fuente de Internet

**1%**

**5**

Submitted to Universidad Laica Vicente Roca fuerte de Guayaquil

Trabajo del estudiante

**1%**

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

## DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los/as estudiantes/egresados/as JOSÉ BRIONES PÉREZ Y CARLOS LEÓN LEÓN, declara (mos) bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación corresponde totalmente a los/las suscritos/as y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que se declaran en el mismo, como producto de la investigación realizada.

De la misma manera, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, según lo establece la normativa vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar (Contraste de fuentes y desinformación en contenido social media).

Autor(es)

Firma:



JOSÉ BRIONES PÉREZ

C.I. 0927125252

Firma:



CARLOS LEÓN LEÓN

C.I.0954064812

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “PERIODISMO DEPORTIVO Y TELEVISORAS EXTRANJERAS”, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado “PERIODISMO DEPORTIVO Y TELEVISORAS EXTRANJERAS”, presentado por los estudiantes JOSÉ BRIONES PÉREZ Y CARLOS LEÓN LEÓN, como requisito previo, para optar al Título de Licenciada en Periodismo, encontrándose apto para su sustentación.



---

**Ph.D. José Luis Férez**

**C.I 0920335122**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, a mi compañero Carlos, a nuestro tutor y todos quienes han sido parte de este valioso logro.

**JOSÉ BRIONES PÉREZ**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis, en especial a mi madre, quien fue un gran apoyo durante el tiempo en que escribía esta tesis. A mi novia, Verónica, quien me ayudó y alentó para continuar, cuando parecía que me iba a rendir. A mi padre y mis hermanos.

**JOSÉ BRIONES PÉREZ**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi compañero de tesis José, a mi tutor, a mi jefe y amigo Juan Carlos, también a todas las personas que me apoyaron y confiaron en mí a lo largo de estos años.

**CARLOS LEÓN LEÓN**



## **DEDICATORIA**

Dedico esta Tesis, en especial a mis abuelos que están en el cielo, que durante sus años de vida me llenaron de su amor y enseñanzas. A mi madre que a pesar de las adversidades pudo sacar adelante a nuestra familia, a mis tías con su amor incondicional, a mi hermano Javier por ser como un padre para mí, a mi hermana Zully que siempre fue y es mi ejemplo a seguir, para terminar a mi hermosa sobrina Giulia y a mi papá.

**CARLOS LEÓN LEÓN**

## RESUMEN

El presente proyecto investigativo tiene un estudio cualitativo debido a que permitió obtener y recopilar información acerca del tema abordado, con la finalidad de analizar la línea editorial de nuestro objeto de estudio “Gol TV” en el criterio de los aficionados al futbol en Guayaquil. Para la recopilación de datos descriptivos y narrativos se utilizó la técnica de las entrevistas a periodistas especializados en el deporte con el objetivo que puedan dar sus puntos de vista desde el ámbito profesional. Además, a través de fichas de observación se pudo observar las diferentes emisiones de nuestro objeto de estudio que es el canal “Gol Tv”. A través, de los objetivos de la investigación se pudo analizar la línea editorial de Gol TV en el criterio de los aficionados al futbol en Guayaquil. Posteriormente se determinó los referentes teóricos, legales y conceptuales sobre la relación entre las cableoperadoras y el consumidor, para luego identificar las bases teóricas comunicacionales sobre la difusión y la opinión pública y por último para analizar los formatos interactivos multimedia de las noticias y comentarios deportivos realiza por Gol TV. A través de lo investigado, se pudo analizar que la línea editorial del programa Gol Tv, cumple con las expectativas de los aficionados, debido a que en cada transmisión emiten información actualizada y al mismo tiempo, los panelistas interactúan con los usuarios a través de las redes sociales con los cuales ellos dan sus criterios de algún tema en específico que se esté abordando en vivo.

**Palabras claves:** Periodismo deportivo, Televisión, Transmisiones, línea editorial.

## **ABSTRACT**

This research project has a qualitative study because it allowed to obtain and collect information about the topic addressed, in order to analyze the editorial line of our object of study "Gol TV" in the opinion of soccer fans in Guayaquil. For the collection of descriptive and narrative data, the technique of interviewing journalists specialized in sports was used with the aim that they can give their points of view from the professional field. In addition, through observation sheets, it was possible to observe the different broadcasts of our object of study, which is the "Gol Tv" channel. Through the objectives of the research, it was possible to analyze the editorial line of Gol TV in the opinion of soccer fans in Guayaquil. Subsequently, the theoretical, legal and conceptual references on the relationship between the cable operators and the consumer were determined, to then identify the theoretical communicational bases on diffusion and public opinion and finally to analyze the interactive multimedia formats of news and sports commentary. by Goal TV.

**Keywords:** Sports journalism, Television, Transmissions, editorial line.

## ÍNDICE DE CONTENIDO GENERAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO .....	iii
DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	v
RESUMEN .....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Formulación del problema .....	4
1.3. Sistematización del problema.....	4
1.4. Objetivos .....	5
1.4.1. Objetivo general .....	5
1.4.2. Objetivos específicos.....	5
1.5. Justificación del problema.....	5
1.6. Delimitación del problema.....	8
1.7. Idea a defender .....	8
1.8. Línea de investigación institucional/Facultad .....	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Periodismo.....	9
2.2. Periodismo en Ecuador.....	14
2.9. Marco Legal.....	34
CAPÍTULO III.....	40
Marco metodológico .....	40

3.1. Metodología de la investigación .....	40
3.2. Diseño de la investigación .....	41
3.3. Métodos de investigación.....	41
3.4. Instrumentos de investigación.....	42
3.4.1. Ficha de observación .....	42
3.4.2. Entrevista.....	42
3.5. Plan de trabajo.....	43
3.6. Ficha de observación del programa El Show del Fútbol.....	44
3.7. Análisis de la ficha de observación .....	45
2.8. Fichas de observación del programa el Show del Fútbol.....	46
2.9. Intervención de los entrevistados .....	53
CONCLUSIONES .....	57
RECOMENDACIONES.....	59
BIBLIOGRAFÍA .....	60
ANEXOS .....	68

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Periodismo según el medio de comunicación.....	11
Tabla 2 Periodismo según su naturaleza.....	12
Tabla 3 Periódicos del siglo XIX.....	16
Tabla 4 Periódicos más relevantes del siglo XX .....	17
Tabla 5 Canales de televisión .....	18
Tabla 6 Adaptación de los medios impresos a medios digitales.....	19
Tabla 7 Medios de comunicación ligados al ámbito deportivo .....	26
Tabla 8 Plataformas de transmisión del campeonato nacional del fútbol ecuatoriano .....	32
Tabla 9 Ficha de observación del programa el Show del Fútbol.....	44
Tabla 10 Ficha de observación del programa del 11 de mayo del Show del Fútbol .....	46
Tabla 11 Ficha de observación del programa del 20 de mayo del Show del Fútbol .....	48
Tabla 12 Ficha de observación del programa del 24 de mayo del Show del Fútbol .....	50
Tabla 13 Ficha de observación del programa del 26 de mayo del Show del Fútbol .....	51

## ÍNDICE DE IMAGENES

imagen 1 Emisión del programa el Show del Fútbol del 11 de mayo del 2022 .....	47
imagen 2 Referencia de las redes sociales de la emisión del 11 de mayo .....	47
imagen 3 Emisión del programa el Show del Fútbol del 20 de mayo del 2022 .....	49
imagen 4 Referencia de las redes sociales de la emisión del 20 de mayo .....	49
imagen 5 Emisión del programa el Show del Fútbol del 24 de mayo del 2022 .....	50
imagen 6 Referencia de las redes sociales de la emisión del 24 de mayo .....	51
imagen 7 Transmisión del programa el Show del Fútbol del jueves 26 de mayo del 2022.....	52
imagen 8 Sttfano Dueñas comentado el partido de Emelec vs Técnico Universitario. ....	53
imagen 9 Comunicador social con amplia experiencia en Dirección de Comunicación Social. .....	54
imagen 10 director y creador de contenido de programas de deportivos. ....	55
imagen 11 Periodista deportivo en Diario Expreso .....	56

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Preguntas de las entrevistas.....	68
Anexo 2 Ficha del entrevistado Daniel Navas .....	69
Anexo 3 Ficha del entrevistado Sttfano Dueñas .....	70
Anexo 4 ficha del entrevistado Cristian Morales.....	71
Anexo 5 Ficha del entrevistado Christian Xavier Flores Hinostroza .....	72
Anexo 6 Entrevista a Daniel Navas .....	73
Anexo 7 entrevista a Sttfano Dueñas .....	77
Anexo 8 entrevista a Cristian Morales.....	79
Anexo 9 Christian Xavier Flores Hinostroza.....	83
Anexo 10 Video llamada con el periodista Daniel Navas .....	86
Anexo 11 Video llamada con el periodista Sttfano Dueñas .....	87
Anexo 12 Video llamada con el periodista Cristian Morales .....	88
Anexo 13 Video llamada con el periodista Christian Xavier Flores Hinostroza.....	89



## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo analizar la línea editorial del canal “Gol TV” en el criterio de los aficionados al fútbol en Guayaquil, debido a que es importante determinar cómo los programas deportivos manejan la información en cada transmisión.

En el primer capítulo de este proyecto investigativo se planteó el problema de la investigación, en el cual se explica la problemática y el impacto del tema abordado, seguido de la formulación y sistematización del problema que ayudaron a determinación de los objetivos generales y específicos de la investigación.

En el segundo capítulo, se presentó los antecedentes investigativos del tema y teorías de diferentes autores que sirvieron para reforzar y dar una base teórica a la investigación, seguido del marco conceptual que sirvió para saber el significado de ciertos términos relacionado al tema abordado y por último el marco legal que ayudará a determinar las bases legales de la investigación.

En el tercer capítulo se elaboró una metodología cualitativa, que sirvió para determinar y analizar el objeto de estudio a través de diferentes técnicas como la entrevistas y fichas de observación.

# CAPÍTULO I

**Tema:** Periodismo deportivo y televisoras extranjeras

## 1.1. Planteamiento del problema

El fútbol es el deporte que tiene mayor aficionado en todo el mundo. Según la historia el origen de esta disciplina, tiene sus inicios en Inglaterra en el año de 1863. En los últimos años se ha cuestionado si el surgimiento del fútbol fue en viejo continente, debido a que existen libros donde aseguran que todo inició en las islas británicas.

El fútbol llega a Ecuador a comienzo del año 1925, donde se fundó la FEF (Federación Nacional del Ecuador). En el año de 1967 se creó la Federación Ecuatoriana de Fútbol, la cual permitió tener un orden más profesional en este deporte.

En el Ecuador la popularidad de este deporte se forjó por los adolescentes de la época que pertenecían a familias distinguidas, debido a que realizaron tu etapa académica en Inglaterra.

Estos estudiantes cuando regresaban al país, trajeron los conocimientos y el método de esta disciplina, el cual hizo que se fundará el Club Guayaquil Sport en el año de 1989. A partir de la creación de este club de fútbol, surgieron otros clubes como: Libertad de Bolívar, Unión y Gimnastico y en Quito el Club El Ejido.

El primer campeonato nacional de fútbol se realizó en el año de 1968, en el cual el equipo Club Deportivo El Nacional quedó campeón. El primer campeonato realizado en el país no tuvo las famosas competencias paralelas, las cuales consistían en que solo participaban equipo de una solo región.

La FEF estuvo encargada en la organización del campeonato nacional desde el año 1968 hasta el 2018. En el 2019 el campeonato se empezó a llamar Liga Pro. En el campeonato del 2019, ya con el nombre Liga Pro, los equipos aumentaron a 16, debido a que antes solo participaban 12 equipos. A través de este cambio los equipos empezaron a tener grandes ingresos económicos por derecho de televisión.

En el año 2016 se realizó un concurso en el cual se hicieron presentes las siguientes empresas: Lagardere, IMG, Directv Ecuador, Win Sports Colombia, Servisky, Tenfield y Play On Media. Estas empresas realizaron ofertas económicas, con un plan estratégico de como se iba a desarrollar las transmisiones locales de los partidos.

Una vez desarrollado el concurso donde participaron las empresas, se firmó el contrato por parte de la Ecuafútbol de “derechos de transmisión y producción audiovisual” del campeonato nacional de fútbol con la cadena de Uruguay, GolTV. El contrato fue firmado por 10 años por la empresa de Paco Casal, el cual es un hecho histórico para el campeonato nacional ecuatoriano.

La cadena uruguaya, Gol Tv, ya se había asentado en el año 2018 en el Ecuador, lo cual dio otro enfoque de observar el fútbol, debido a que sería una novedad que una empresa extranjera se interesara en el campeonato del país.

Sin embargo, actualmente la cadena de deportes Gol Tv es criticada de manera fuerte por la opinión pública, debido a su línea editorial. Esteban Ávila, periodista deportivo, en una entrevista para medio digital El Futbolero, expresa que la Gol TV tiene una línea editorial donde se encuentran los peores intereses de la mediocridad y del regionalismo.

Este canal recibe fuertes críticas en las redes sociales por los usuarios, debido a sus contenidos, producción, opiniones emitidas por los panelistas, por la falta de ética e incluso por tener conflictos de interés con algunos clubes grandes del campeonato nacional ecuatoriano de fútbol. Algunos dirigentes de los clubes del país, han criticado de forma tajante la programación de Gol Tv a través entrevistas en las redes sociales o han expresado su inconformidad mediante sus redes sociales.

Con los antecedentes críticas que ha tenido Gol Tv, es evidente la inconformidad por parte de los televidentes y usuarios de las redes sociales, debido al posicionamiento de este canal y sus contenidos. Por ello, se amerita al desarrollo de un análisis de la línea editorial del canal, observar cuáles son sus ventajas y desventajas y como esto afecta al fútbol ecuatoriano.

Es una necesidad que el análisis a realizarse debe enfocarse en una realidad específica y concreta, debido a que, el impacto dentro de la sociedad se evaluará a partir de la realidad de los televidentes del norte de Guayaquil.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cómo incide la línea editorial de Gol TV en la opinión pública de los aficionados al fútbol en el Ecuador?

## **1.3. Sistematización del problema**

¿La línea editorial de Gol TV se ajusta a la programación brindando una información objetiva?

¿Existe un conflicto de intereses que genera una cierta manipulación de la información?

¿De qué manera influyen los discursos regionalistas en el público consumidor de fútbol?

¿Cuál es la opinión pública de los consumidores al canal Gol TV en base al campeonato nacional de futbol?

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

Analizar la línea editorial de Gol TV en el criterio de los aficionados al futbol en Guayaquil.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Determinar los referentes teóricos, legales y conceptuales sobre la relación entre las cableoperadoras y el consumidor.
- Identificar las bases teóricas comunicacionales sobre la difusión y la opinión pública.
- Analizar los formatos interactivos multimedia de las noticias y comentarios deportivos realiza por Gol TV.

## **1.5. Justificación del problema**

La finalidad de este proyecto está vinculada al análisis de la línea editorial, por lo cual verificaremos la parcialidad y la veracidad de toda la información externa e interna que se brinda a los consumidores, como de los sucesos que transcurren en un partido de futbol del campeonato nacional, con el objetivo de identificar los diferentes casos de censura, credibilidad, imparcialidad, regionalismo, conflictos de intereses y factores desfavorables a

equipos, jugadores y cuerpos técnicos, donde el mensaje sea más pulido para la público televidente.

También se trabaja de investigar la aportación de información analítica y comparativa acerca de las desventajas que se perciben de la televisora uruguaya Gol TV en el ámbito deportivo en la ciudad de Guayaquil. Además, busca proyectar mejores para el consumidor y beneficios para el futbol ecuatoriano.

El tema fue escogido partiendo de la realidad televisiva y la falta de parcialidad y credibilidad que existe en dicho canal, mismo que a partir de aproximadamente 8 años con la llegada de empresas extranjeras, ha evolucionado debido a la tecnología y a las nuevas formas de suscripciones de pago para mejorar el contenido.

Como es evidente, que, si comparamos al Ecuador con países desarrollados en este medio, encontramos que se requiere de un cambio urgente en la aplicación de esta “estrategia televisiva” o su modelo de línea editorial, no solo para atraer audiencias, sino más bien para efectuar un enfoque social diferente sobre el deporte en nuestro país.

Un claro ejemplo lo encontramos en países latinoamericanos con programas deportivos más dinámicos y divertidos, transmisiones con equipos de calidad y última tecnología, dando así, una experiencia más inversiva en las trasmisiones. Narradores con alto niveles de calidad y profesionalidad.

Cabe recordar que el fútbol es parte de la vida cotidiana de los ecuatorianos, por lo tanto, la parcialidad de emitir comentario, sea en base a hechos y no de suposiciones.

Este estudio también es importante, porque en televisión, las transmisiones que se realizan deben tener la calidad visual y de contenido, que atraiga al público y que lo haga sentir bien informado y respetado en todos los ámbitos.

En la entrevista publicada por el programa “Las Voces del Fútbol” de la radio Área Deportiva (99.3 FM en Quito) el directivo emblemático Rodrigo Paz realizó duras críticas contra la televisora uruguaya Gol TV en la cual indicó “La televisión hace lo que le da la gana, comentaristas 'de a perro' programan como les da la gana, falta que nos programen en la madrugada”, esto fue en finales del 2019. Actualmente el presidente del Mushuc Runa Sporting Club, Luis Chango indicó en una entrevista para DirecTv “Los clubes de la Sierra deberíamos analizar a GOLTV porque quiere meter por la ventana a Emelec y Barcelona, programa horarios con dedicatorias”.

Hay que tener en cuenta que según la actual Ley de Comunicación la información es un bien público, por lo tanto, toda comunicación transmitida a los usuarios debe tener un contenido bien elaborado y minuciosamente tratado. Al hablar de contenido adecuado, nos referimos no solo al tipo o género de programa que se le brinda al público ya sea cultural, deportivo, social, educativo o de entretenimiento sino al enfoque que se le da al contenido visual y al mensaje que se transmite.

En efecto, el periodismo especializado en deportes contribuye a intensificar esa sensación de pertenencia a una sociedad y de complicidad y proximidad con sus espectadores, donde se ha comprobado que el fútbol cambia los estados de ánimo e influye en amplios sectores de la población a nivel de regiones e incluso países.

Dada todas estas explicaciones, es necesario precisar que gran parte de las estrategias futuras deben ser generadas para y por la sociedad o público espectador que son los principales consumidores.

A este medio uruguayo le urge plantear un cambio en la forma de expresar su línea editorial mediante sus diferentes programas y transmisiones, ya que, si bien es cierto cumple con estándares de calidad, pero existen comentarios donde la parcialidad o la información parecen manipulada.

### **1.6. Delimitación del problema**

Tiempo: Segundo semestre del año 2021.

Espacio: Periodistas deportivos

Campo: Comunicación

Área: Televisión

Población: Periodistas deportivos

### **1.7. Idea a defender**

Cuáles son los antecedentes de estudio sobre las relaciones del periodismo deportivo con televisoras extranjeras.

### **1.8. Línea de investigación institucional/Facultad**

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación. / Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Periodismo**

Cruz (2016), comenta que el periodismo nace a través de las civilizaciones antiguas que aún existen en la actualidad. También asegura que algunas de estas culturas primitivas todavía se encuentran aislada en distintas partes de los continentes y que aún mantienen esta forma de comunicarse.

Cruz (2016), además expresa que en cada civilización antigua hubo mensajeros que se encargaban en recopilar y emitir las vivencias de su vida cotidiana como los rumores, las leyendas, chimes y cuentos que se transmitían por medio de las aldeas, crean historias que mantenían informadas a las tribus. También expresa en este mismo estudio, que las personas de las tribus podían recorrer grandes distancias, para llevar una información a la aldea más cercana.

Por otra parte, Casanova (2021) indica que la función del periodismo es elaborar información de acontecimientos reales que ocurran en la sociedad, la cual permite a los ciudadanos a estar informados de los acontecimientos, situaciones sociales o eventos políticos y natural que se produzcan en cualquier parte de los continentes. Además, Casanova añade que los programas informativos tienen como principal característica sintetizar la información de una noticia para que sea transmitida en los canales de televisión.

Rodelo (2009), explica que el periodismo aparece en momentos complicados, como manifestaciones, crisis políticas, conflictos bélicos, asesinatos, elecciones presidenciales y todo acontecimiento social que genera de que hablar. Además, indica que el objetivo que tiene el periodismo mediante estas problemáticas, es llevar la información a los televidentes para que

puedan estar informado de lo que ocurre. También explica que los periodistas suelen sentir hostigamiento debido a las limitaciones que presentan a momento de documentar una situación.

En este mismo artículo, Rodelo (2009), asegura que los periodistas al momento de cubrir una información de acontecimiento social se encuentran vulnerados ante cualquier peligro que se presente. Rodelo, también explica que los periodistas tienen un amplio conocimiento de como elaborar contenidos noticiosos de forma tradicional o digital para informar a la sociedad. Palanco, (2009) comenta que el periodismo tiene como finalidad presentar una idea y visión clara de lo real a través de los medios de comunicación. Estos medios informativos presentan las noticias en distintos formatos llamativos para los espectadores. Entre los formatos utilizados por los medios de comunicación son los reportajes, las crónicas, los artículos y los documentales.

En este mismo artículo Palanco, (2009) expresa que el ámbito periodístico tiene sus orígenes a partir del siglo XVIII en Inglaterra. Palanco, también expresa que la forma de transmitir una noticia en aquellas épocas era a través de la gaceta, la cual contenían noticias acerca de los monarcas o rumores del momento.

En el año de 1715 hubo una enorme activación del sector editorial, con lo cual se pudo presenciar gran cantidad de publicaciones para la época. La forma en la que se distribuían era mediante de pregoneros. Los empresarios del momento, optaron por la reducción de los gastos con la finalidad de aumentar la productividad (Palanco, 2009).

Palanco, (2009), expresa que en España la prensa no tuvo un gran desarrollo hasta mediados del siglo XVII. A partir de este siglo, se implementó como una salida principal para las ideas que se circulaban en aquel país. Palanca, 2009, también añade que los periódicos de

la época se basaban en un formato noticioso, informativo, cultural, de opinión, político, entretenimiento, temas acerca de la economía, literatura y divulgación científica, eran temas que estaba en boga para el momento. Para Bertran, (2021) indica que el periodismo es la base de toda ciencia de la comunicación que sirve para emitir hechos, sucesos y acontecimientos que ocurren globalmente. Además, asegura que el periodismo tiene como finalidad la búsqueda de la verdad y transmitir la verdad a los televidentes o lectores.

Bertran, (2021) comenta que el periodismo como medio de información, también se divide en varios géneros, lo cual ha permitido crear diferentes estilos al momento de informar a una población. Entre las divisiones están las siguientes:

*Tabla 1*

*Periodismo según el medio de comunicación*

<b>El periodismo según la comunicación</b>	
<b>Periodismo escrito</b>	Es la forma más antigua de hacer periodismo. Es la esencia y la base de esta vocación. Toda persona que desee ejercer la carrera deberá tener conocimiento en redacción.
<b>Periodismo radiofónico</b>	Este tipo de periodismo se realiza a través de la radio. El contenido es elaborado a través de guiones y posteriormente es emitido por las estaciones radiales.
<b>Periodismo audiovisual</b>	El periodismo audiovisual utiliza las tres plataformas las cuales consisten en audio, imágenes y videos. Este tipo de contenido consiste en la elaboración de noticias multimedia.
<b>Fotoperiodismo</b>	También se lo llama como periodismo gráfico. Trata de documentar las escenas periodistas a través de imágenes para luego ser publicada en los medios de comunicación.
<b>Ciber periodismo</b>	El ciber periodismo consiste en emitir la información a mediante internet. Actualmente es la forma más rápida de emitir una noticia en cuestión de segundos. Esta manera de información a revolucionado a los medios de comunicación y a los periodistas.

Nota: De esta manera se divide el periodismo según los medios de comunicación.

Fuente: (Bertran, 2021)

Elaborado: Briones & León (2022).

Según Bertran (2021) esta división del periodismo en el ámbito de la comunicación social es muy importante, es decir, los medios requieren que los periodistas estén especializados en cada área para poder ejercer la profesión de manera correcta con el objetivo de información lo que ocurre a nivel global. Además, Bertran explica que el periodismo también se divide según el tipo de naturaleza que lo rodea. Entre esta subdivisión encontramos:

Tabla 2

*Periodismo según su naturaleza*

<b>Según la naturaleza de la información</b>	
<b>Periodismo político</b>	Consiste en el análisis y la opinión del ámbito político u temas relacionados con los presidentes de los países.
<b>Periodismo económico</b>	Este tipo de periodismo se basa en informar la economía o situación monetaria de un país, la cual es emitida por expertos en el tema.
<b>Periodismo de investigación</b>	Consiste en la elaboración de reportajes que pone en evidencia casos que antes no se conocían sobre un tema.
<b>Periodismo cultural</b>	Este tipo de periodismo se encarga en dar apertura a eventos culturales nacionales o internacionales.
<b>Periodismo deportivo</b>	Consiste en documentar e informar los eventos deportivos que ocurren en un país.
<b>Periodismo social</b>	Este tipo de periodismo trata de varios temas sociales como lo político, lo económico, etc.
<b>Periodismo científico</b>	Se encarga en la investigación o estudios científicos que se este realizando en una nación,
<b>Periodismo de guerra</b>	Documenta acontecimientos bélicos entre países. Los periodistas que se dedican a esta rama corren peligro.
<b>Periodismo de sucesos</b>	Seba en documentar todo lo relativo que sucede en lo actual. Este periodismo es difundido en redes sociales.
<b>Periodismo turístico</b>	Consiste en informar acerca de lugares no conocidos o conocidos de un país para fomentar el turismo de una región.

Nota: Según su naturaleza el periodismo tiene subdivisiones importantes para la información.

Fuente: (Bertran, 2021)

Elaborado: Briones & León (2022).

Gronemeyer (2003) , asegura que el periodismo es una vocación que consiste en informar de manera correcta, sin mentiras y sin ocultar puntos relevantes acerca de un tema de interés social o de un acontecimiento que este ocurriendo. Además, Gronemeyer también expresa que el periodismo es un llamado al compromiso que tiene como objetivo la búsqueda de la verdad y la justicia ante hechos incomprensibles. Como actividad es muy importante porque lleva la información a los televidentes hasta la comodidad de su casa.

En este mismo artículo, Gronemeyer explica que la vocación de una persona por este oficio debe ser honesta, orientando su información siempre a la verdad y sin ocultar datos relevantes. También expresa que al momento de informar el periodista debe hacer una investigación previa de lo que va a comunicar, pero con las nuevas herramientas digitales es más fácil investigar acerca de un tema o comunicarse rápidamente con una fuente para ir preparando el contenido de una noticia.

Oliva (2014) expresa que el periodismo y los comunicadores han evolucionado la manera de informar gracias a las redes sociales. Además, Oliva explica que gracias a la tecnología el periodismo tiene mayor alcance en la sociedad. Las personas pueden estar informada solo con entrar a sus cuentas de Facebook o Twitter y saber de una situación en cuestión de segundos.

Para Gallardo (2012), expresa que el periodismo es algo complicado en el ámbito digital, debido a que existe gran cantidad de usuarios que pueden copiar y pegar una información para ser difundida en cuestión de segundos. Gallardo, también explica que los medios de comunicación en estos 10 años de la nueva revolución tecnológica han podido adaptarse con facilidad a los procesos y herramientas digitales que demanda este nuevo siglo.

## **2.2. Periodismo en Ecuador**

Para conocer sobre la historia y evolución del periodismo ecuatoriano, es importante retroceder en el tiempo, lo cual es fundamental observar el origen de la imprenta y como se fue desarrollando a través de los siglos, hasta llegar a la primera elaboración del primer periódico ecuatoriano. Por ello autores como:

Castillo et al, (2006) , expresan que la imprenta llegó a Sudamérica gracias a los jesuitas, los cuales querían tener esta herramienta para difundir su religión. Cuando se radicó la primera imprenta a Ecuador, fue instalada en la ciudad de Ambato, específicamente en el “Batán” que era donde se hospedaban los jesuitas. La imprenta causó una gran expectativa para los ciudadanos de la época.

Además, Castillo et al, (2006) , comenta que en el año de 1754 llegó a la ciudad de Ambato el alemán Juan Adán Schwartz, que ocuparía el cargo de tipógrafo. Las publicaciones se enfocarían únicamente en las noticias, sucesos o acontecimientos que sucedan dentro de la región. En el año de 1755 empezó a funcionar la “Imprenta de la Compañía de Jesús” la cual tuvo como publicación oficial el libro llamado “Piisssima Erga Deo Generatrices Devotio al Imperandan Gratiam”.

En este mismo artículo, Castillo et al, (2006) , expresan que el alemán Schwartz tenía una gran destreza en la tipografía, era muy técnico y versátil en esta área, lo que permitía elaborar publicaciones muy atractivas para los electores de aquellos años. Castillo et al, también indican que el año de 1959 hubo acontecimiento que no se esperaba. Tras las 12 publicaciones ligada al catolicismo, la imprenta fue trasladada y posteriormente instalada en el colegio de San Luis.

Castillo et al, (2006) , comentan que el año de 1779, la imprenta fue entregada a Raimundo Salazar, a quien se le otorgó con el título de impresor oficial, debido a que Salazar tenía un taller en el cual se imprimieron publicaciones relevantes para la época.

Por otro lado, Vivero (2017) comenta que el periodismo es una de las profesiones más longevas que existe. Vivero también indica que, para conocer una poco de la historia de los medios impresos ecuatoriano, se debe retornar al año de 1792, donde Eugenio Espejo elaboró el primer medio periodístico del Ecuador titulado “Las Primicias de la Cultura de Quito” las cuales se publicaban de lunes a jueves en las páginas 5 y 7 del diario.

Carrión, (2019), expresa que el primer periódico ecuatoriano se elaboró aproximadamente hace 227 años, el cual se llamó “Las primicias de la Cultura de Quito”. Esta nueva manera de informar dio una apertura al periodismo del Ecuador, donde la ideología y fundamentos del ámbito de la comunicación era decir la verdad ante cualquier cosa, defender los derechos de las personas ante cualquier situación injusta que haya presentado y lo más importante mantener la democracia en el país.

Larrea & Rivera (2014) indican que la “Primicias de la cultura de Quito” fue impresa por Raimundo Salazar. Además, Larrea & Rivera indican que Bolívar también usó la imprenta para obtener algunos de sus manifiestos los cuales fueron publicados en ciertas ciudades.

En este mismo artículo Larrea & Rivera (2014) comentan que la ciudad de Quito es donde surgió el periodismo ecuatoriano, y fue la cuna de muchos escritores, poetitas, cronistas y columnitas de la época. Además, Larrea & Rivera añaden que el periodismo ecuatoriano luego se expandió a otras ciudades.

Por otro lado, Rivera (2012), expresa que el periodismo ecuatoriano ha tenido una gran evolución en los siglos XIX y XX, generando el surgimiento de nuevos diarios en aquellos momentos los cuales algunos se hicieron conocidos y que mantenían informados a los ciudadanos de la época. Entre los medios que existieron son los siguientes:

Tabla 3

Periódicos del siglo XIX

<b>Medios periodísticos del siglo XIX</b>			
<b>Inicio</b>	<b>Desaparición</b>	<b>Nombre</b>	<b>Ciudad</b>
1821	1829	El Patriota de Guayaquil	Guayaquil
1822	1822	El Republicano del Sur	Guayaquil
1825	1826	El Chispero	Guayaquil
1827	1830	El Colombiano del Guayas	Guayaquil
1828	1828	El Ruiseñor	Guayaquil
1832	1832	El Hombre Libre	Guayaquil
1834	1845	Gaceta del Ecuador	No hay datos
1835	1835	El Semanario Eclesiástico	Cuenca
1839	1844	La Balanza	Guayaquil
1839	1839	La Verdad Desnuda	Guayaquil
1845	1846	El Nacional	Cuenca
1845	1846	El Censor	Guayaquil
1847	1849	La Prensa	Guayaquil
1847	1847	El Patriota	Guayaquil
1849	No hay datos	El Veterano	Quito
1849	1849	El Centinela	Guayaquil
1863	1895	Los Andes	Guayaquil
1863	1869	Crónicas Semanal	Guayaquil
1871	1871	El Guayas	Guayaquil
1873	1874	La Nueva Era	Guayaquil
1878	1878	El Vigilante	No hay datos
1883	No hay datos	El Investigador	Cuenca
1891	1893	El Tiempo	Guayaquil
1892	1924	El Radical	Guayaquil
1892	1895	El Iris	Guayaquil
1893	1894	La Estrella Blanca	Guayaquil
1893	1897	El Monitor Popular	Guayaquil
1893	1893	El Heraldó	Guayaquil
1894	1894	El Imparcial	Guayaquil
1895	No hay datos	El Diario de Quito	Quito
1895	1895	La Época	Guayaquil
1895	No hay datos	El Grito del Pueblo	Guayaquil
1895	1896	La Democracia	Guayaquil
1897	1897	El Regenerador	Guayaquil

Nota: Hay medios impresos a los cuales no se han encontrado datos de creación.

Fuente: (Rivera, 2012)

Elaborado: Briones & León (2022).



Según el estudio de (Rivera, 2012) los medios impresos que surgieron en el siglo XIX fueron los de la provincia del Guayas, donde hubo en total 30 periódicos informativos en aquella época. En la sierra también estaban distribuidos los medios impresos, pero estos tuvieron mayor acogida en la región costa. Rivera también menciona que los periódicos más relevantes del siglo XX, los cuales:

Tabla 4

Periódicos más relevantes del siglo XX

<b>Medios periodísticos más relevantes del siglo XX</b>			
<b>Inicio</b>	<b>Desaparición</b>	<b>Nombre</b>	<b>Ciudad</b>
1884	Sigue funcionando	El Telégrafo	Guayaquil
1903	No hay datos	La Candela	Guayaquil
1904	1904	Gil Blas	Guayaquil
1906	Sigue funcionando	El Comercio	Quito
1908	1911	El Mercurio	Guayaquil
1910	1915	El Pobrecito Hablador	Guayaquil
1910	1912 (apreció de nuevo en 1926)	El Guante	Guayaquil
1916	1936	El Grito del Pueblo	Guayaquil
1921	Sigue funcionando	El Universo	Guayaquil
1924	Sigue funcionando	El Mercurio	Manta
1926	1926	El Socialista	Guayaquil
1938	Sigue funcionando	Últimas Noticias	Quito
1945	No hay datos	La Tierra	Quito
1879	1961	La Nación	Guayaquil
1951	No hay datos	El Sol	Quito
1955	Sigue funcionando	El Tiempo	Cuenca
1955	No hay datos	Diario El Ecuador	Quito
1973	Sigue funcionando	Expreso	Guayaquil
1974	Sigue funcionando	Extra	Guayaquil
1982	Sigue funcionando	La Hora	Quito
1983	1987	Meridiano	Guayaquil

Nota: Algunos de estos medios impresos, todavía siguen funcionando en el 2022.

Fuente: (Rivera, 2012)

Elaborado: Briones & León (2022).

Rivera (2012) comenta que los medios de prensa más relevantes del siglo XX son de Guayaquil, Quito y Cuenca. Algunos han ido desapareciendo por cuestiones económicas y otros porque no generaban muchas expectativas. Los medios que aún siguen vigente son: El Extra, El Expreso, La Hora, El Universo, El Mercurio, El Telégrafo y El Comercio.

En la década de los 40 y hasta los 80 el formato del periodismo cambió por completo, la información no era solamente publicada a través de los periódicos, también era transmitida mediante la radio y la televisión, de mostrando lo que ocurría dentro y fuera del país a través de imágenes y videos a b/n a los ciudadanos; posteriormente la televisión dejó el ciclo de b/n por el color (Morejón & Zamora, 2019).

Según Ortiz & Suing (2016) expresan que el 90% de los programas de televisión que emiten noticias todos son en señal abierta, lo cual permitía que los ciudadanos se mantengan informados. Además, estos canales presentan gran variedad de contenidos a sus televidentes como programas matutinos de entretenimientos o programas informativos en la tarde y noches de lunes a domingo.

*Tabla 5*

*Canales de televisión*

<b>Creación</b>	<b>Canal</b>	<b>Sector</b>
1976	Ecuavisa	Privado
1969	Tc Televisión	Privado
1974	Teleamazonas	Privado
1977	Gamavisión	Privado
1992	Canal Uno	Privado
1993	Telerama	Privado
2005	RTU	Privado
2007	Ecuador Tv	Público

Nota: Dos de estos canales de televisión fueron incautados en el año 2008.

Fuente: (Ortiz & Suing, 2016)

Elaborado: Briones & León (2022).

Todos estos canales siguen en funcionamiento en la actualidad. Tc Televisión y Gamavisión fueron incautados en el año 2008 por el exmandatario Rafael Correa. Canal Uno cerró su señal a mediados del 2020, pero en este 2022 abrirá nuevamente su señal televisiva.

Morejón & Zamora, (2019) expresan que en la década 90 estos medios impresos estaban atravesando una revolución que cambiaría la manera de informar de los periódicos y de los periodistas. Mediante la convergencia digital, muchos medios de comunicación tuvieron que adaptarse a esta nueva era tecnológica para sobrevivir a este nuevo formato.

Por otra parte , Wolf (2018) recalca que los medios sufrieron el cambio de la físico a lo digital, debido a que no encontraban la ruta de salida para empezar a publicar sus noticias en las páginas web. Wolf en este mismo estudio , clasifica a los medios que se adaptaron a la era del internet. Los medios de comunicación son los siguientes:

*Tabla 6*

*Adaptación de los medios impresos a medios digitales*

<b>Periódico</b>	<b>Año de adaptacion</b>	<b>Formato</b>	<b>Ciudad</b>
Diario Hoy	1995	Web	Quito
Diario el Comercio	1996	Web	Quito
Diario El Universo	1997	Html	Guayaquil
El Comercio	1999	Web	Quito
El Comecio	2005	Multimedia	Quito
Diario Expreso y Extra	2007	Multimedia	Guayaquil
Diario El Universo	2008	Multimedia	Guayaquil

Nota: Esto son los medios impresos que se adaptaron a la era tecnológica.

Fuente: (Wolf, 2018)

Elaborado: Briones & León (2022).

Es evidente que el periodismo se ha encontrado en constante evolucionado durante todos estos años. Desde la aparición de la imprenta el ser humano pudo informar lo que ocurría a su alrededor. Con la radio y la televisión, la información se expandió un poco más allá de las fronteras. Y, con el internet las personas pueden mantenerse informadas de lo que ocurre en el ámbito nacional o internacional con un solo click, haciendo uso de sus redes sociales o de las plataformas web.

### **2.3. PERIODISMO DEPORTIVO**

La vocación del periodismo es importante para dar apertura a los deportes a nivel global. Los deportes también han ayudado al periodismo a establecerse como una rama de esta profesión para los medios de comunicación (Costa, 2016).

Alcoba, (1980) explica en su libro que los primeros comentarios relacionado con los deportes tiene como origen en la antigua Grecia. Los juegos de la Odisea y la Ilíada era las principales de la época, se daban a conocer cuando Homero describía de que trataba cada interacción deportiva. Alcoba, en este mismo estudio relata que se tiene como evidencia que el primer cronista de la historia de los Juegos Olímpicos, fue el escritor literario de Pausanias quien ocupó el puesto de escritor deportivo.

Costa (2016) en su proyecto investigativo, explica que con el surgimiento de los Juegos Olímpicos y de los deportes, en la antigua Grecia se vieron en la obligación de narrar y analizar las actividades deportivas que se presenten. Costa también indica que con el pasar del tiempo el documentar las interacciones deportivas, muchos cronistas empezaron a tomar el narrar los juegos como una profesión.

Por otro lado, Andrews (2013) comenta que en el siglo XIX surgió por primera vez publicaciones relacionadas al periodismo deportivo en toda Europa. La aparición de los primeros medios deportivos, tuvo como origen al Reino Unido, que con el diario “Sports Man” empezaron a circular noticias sobre actividades y entretenimiento deportivo en el siglo XIX. Andrews, también expresa que, con la aparición de los cronistas deportivos, los escritores han documentado los distintos eventos ocurridos a lo largo de la historia de distintas disciplinas deportivas.

Por otra parte, Costa (2016) explica que el mundo deportivo es una gran influencia en la sociedad, debido a que puede unir a una nación en cuestión de segundos. También explica que en los últimos años algunos deportes han estado vinculados con la política.

Mason, (1999), en su artículo expresa que el objetivo de todos los deportes es entretener a través de organización de torneos que son llamativos para los espectadores. Mason también comenta que las rivalidades entre equipos y deportistas son un factor importante para vender en el deporte. Además, Mason explica que el deporte rey de todos los tiempos es el fútbol debido a que tiene muchos aficionados en todo el mundo, mueve masas y en este sector deportivo lo económico resalta.

A través del estudio de Mason, se pudo determinar que el deporte que genera grandes ganancias económicas, mayor interactividad con las persona y grandes trasmisiones a nivel global es el fútbol. Cabe recalcar que otros deportes como el Baloncesto, el Beisbol, las artes marciales mixtas y los torneos de crossfit, son deportes que también mueven el sector económico de un país. Por otra parte, De Vita, (2018), comenta que actualmente los deportes se ven ligado al ámbito político. Esto se debe porque los políticos se quieren vincular al fútbol porque es el deporte que más aficionado tiene.

Costa (2016) explica que, al pasar los años, los medios de comunicación obtuvieron los derechos televisivos de los cotejos deportivos. También comenta que los torneos internacionales de las diferentes disciplinas, generan un ingreso por los eventos en vivo realizados por los equipos de fútbol y por las trasmisiones emitidas por los medios de comunicación.

Costa (2016) en este estudio expresa que el periodismo deportivo, puede lograr grandes cifras económicas, debido a que genera muchas visualizaciones en las redes sociales de manera global.

En su estudio investigativo Núñez, (2020), comenta que la comunicación deportiva, en los últimos diez años, tuvo un gran desarrollo en la elaboración y producción de contenidos, lo cual permitió que los deportes tengan un mayor alcance en la sociedad. Omar, también detalla que el periodismo deportivo se adaptó a las redes sociales lo que permitió, que los eventos se puedan transmitir vía streaming.

Actualmente el mundo deportivo generó un alto consumo de “views” a través de las plataformas multimediales, debido a que, con estas nuevas herramientas tecnológicas, los usuarios tienen la facilidad de visualizar cualquier deporte y sus eventos que se realicen cada mes. Además, el ámbito del deporte, hizo que dentro del periodismo se cree la asignatura del “periodismo deportivo” (Núñez, 2020).

El periodismo deportivo juega un rol fundamental en la historia de los deportes, debido a que los especialistas en el tema, han estado presente para documentar los acontecimientos más importantes del deporte contribuyendo a que el periodismo deportivo se establezca como una profesión (Márquez & Rojas, 2017).

En este mismo artículo, Márquez & Rojas, (2017), expresa que el periodismo deportivo en los últimos años ha evolucionado con las redes sociales. Los juegos actualmente son transmitidos por canales streaming que facilitan a los espectadores el consumo de cualquier deporte. Además, añade que las redes sociales brindan la oportunidad de conocer nuevas disciplinas deportivas que hace una década no pensábamos que existía.

Además, Márquez & Rojas, (2017) explican que antes de las redes sociales, los únicos que opinaban acerca de algún deporte era los periodistas, aficionados que tienen conocimiento de alguna practica y de los propios integrantes de algún equipo, pero con las redes sociales cualquier persona puede opinar y emitir su criterio gracias a las plataformas multimediales.

Potra parte Rojas, (2014), comenta que los medios periodísticos con el tiempo fueron evolucionando hasta ser parte de la producción de algún de eventos deportivos de grandes magnitudes.

Rojas, (2014) ,en su artículo también indica que el deporte en las últimas décadas ha evolucionado como un fenómeno que a traer a patrocinadores de marcas de deportivas. Los medios de comunicación también juegan un rol fundamental, debido a que los empresarios empezaron a transmitir eventos en señal abierto o por PPV.

Álvarez, (2020), expresa que el ámbito deportivo es muy extenso, y que el periodista se especialice en esta área debe tener conocimiento acerca de los deportes que vaya a cubrir o a documentar. Además, el periodista deportivo debe adaptarse a las nuevas maneras de informar a través de las redes sociales. Los cotejos deportivos en la actualidad requieren de una gran producción para ser trasmitidos, los coummunity manager de cada medio debe postear lo que sucede minuto a minuto en los eventos para mantener informado al espectador.

Álvarez, (2020), también comenta que los comunicados del ámbito deportivo deben tener como requisito argumento de cualquier temática, esto permitirá a los periodistas responder de formar correcta ante cualquier situación. Además, Álvarez, añade que la nueva forma de hacer periodismo deportivo requiere nuevas exigencias con elaboración de producción para redes sociales.

## **2.4. PERIODISMO DEPORTIVO EN ECUADOR**

En el Ecuador el ámbito de la comunicación deportivo tiene sus orígenes antes de que empiecen los campeonatos oficiales del torneo de futbol. Tufiño, (2014), en su estudio investigativo comenta que en Ecuador el periodismo deportivo surge en la ciudad de Quito con una revista titulada “Revista Deportivo” en el año de 1992. Además, Tufiño indica que las publicaciones de este ejemplar era de los torneos interbarriales que se producían en la ciudad de Quito.

Por otra parte, Maldonado, (2018) comenta que, en las últimas dos décadas, los deportes que se consolidaron en el Ecuador fueron disciplinas deportivas como el fútbol, el boxeo, el atletismo, la natación y el básquet, los cuales participaban en torneos amateur de la época. Con el establecimiento de estos deportes en el país, los medios de comunicación empezaron a documentar los eventos de cada disciplina, con esto, estaba surgiendo el periodismo deportivo en Ecuador.

En este mismo proyecto investigativo, Maldonado, (2018), expresa que la comunicación deportiva en la década de los 50 y 70 se desarrolló en otras plataformas como la radio, que para la época era la única distracción que había. Entre las radios que más se destacaron en aquella época fueron: “Nueva Emisora”, “Radio Tarqui” y “Radio Quito.

Además, Maldonado, 2018 indica que los deportes que cubrían los medios periodísticos de aquella época eran variados. Con la aparición del campeonato nacional de fútbol de manera profesional, los medios de comunicación y los periodistas decidieron dar más relevancia a este deporte, debido a que tenía más acogida. Con el surgimiento de este torneo local, otras disciplinas deportivas como el pin-pon, el básquet, el voleibol y el atletismo quedó en segundo plano.



Tufiño, (2014) , también comenta que el periodismo y los comunicadores deportivo de Ecuador, tuvieron como un reto el documentar el primer mundial de la selección masculina de futbol del país en el año 2000. Con esto los diarios y los canales de televisión enviaron a sus equipos de trabajo a Japón para realizar las trasmisiones en vivo de los partidos.

Por otra parte, Paredes & Sierra, (2011) expresan que la primera clasificación de la selección al mundial de Japón en el año 2000, marcó un gran cambio para el ámbito del periodismo deportivo. Además, Paredes & Sierra comentan que, en el año de 1996 cuando se realizaron las Olimpiada de Atlanta, los periodistas deportivos hicieron una gran cobertura cuando Jefferson Pérez ganó la medalla de oro.

Romero, (2015) en su proyecto de tesis, indica que los medios de comunicación ecuatorianos no se quedaron atrás cuando el periodismo deportivo estaba desarrollándose en otros países de la región, los cuales estaban muy adelantados para la época de los 90, debido a que realizaban transmisiones en vivo con una gran producción de los eventos deportivos.

Además, Romero, (2015), añade que los medios periodísticos inclinados al ámbito deportivo, crecieron en audiencias a nivel nacional. Sin embargo, con la aparición del internet los medios de comunicación ecuatoriano ligados al deporte, ya no median su nivel de audiencia por medio del “rating”, en la actualidad miden sus audiencias a través de las visualizaciones que se produce en las transmisiones en vivo.

En Ecuador, las transmisiones de eventos deportivos como el fútbol, hasta el 2016 eran transmitidas por señal. En el 2017 los partidos del campeonato nacional se los podía visualizar únicamente por televisión de paga o por las redes sociales. Esto generó una gran controversia para los periodistas del ámbito deportivo del país.

Por ello, los medios periodísticos se vieron en la obligación de crear plataformas streaming para transmitir los partidos de fútbol. Los medios de comunicación que realizan publicaciones deportivas en sus diarios, canales de televisión y medios digitales son los siguientes:

Tabla 7

*Medios de comunicación ligados al ámbito deportivo*

<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>
El Canal del Fútbol	Medio Digital
Ídolo Tv	Programación digital
Studio Fútbol	Medio Digital
Frecuencia Deportiva	Televisión
Copa	Televisión
Esto es Fútbol	Programación digital
5G	Programación digital
Debate Fútbol	Televisión
TC Deportes	Televisión
Los comentaristas	Radio
Dentro del Área	Radio
Pateando Tachos	Radio
Escenario Deportivo	Radio
Las Voces del Fútbol	Radio
Deporte Total	Televisión
Marcas	Periódico
Azul Tv	Programación digital
El Show del Fútbol	Televisión
Central Deportivo	Televisión
De una	Programación digital
Gol Noticias	Televisión
F de Fútbol	Programación digital
Arroba Fútbol	Programación digital
Tiempo Extra	Programación digital

Nota: Actualmente existe gran variedad de programas deportivo en el país.

Fuente: (Romero, 2015)

Elaborado: Briones & León (2022).

Es evidente que el periodismo deportivo en Ecuador ha ido evolucionado, desde los medios de prensa, hasta la radio, luego la televisión y por el último el internet, lo cual ha permitido que muchas disciplinas deportivas tengan mayor apertura en la sociedad. Y con esta nueva era digital, los periodistas ecuatorianos también tuvieron que adaptarse a esta era.

## **2.5. Periodismo deportivo y sociedad**

Egas, (2017), en su proyecto investigativo expresa que todo ámbito periodístico es importante para mantener informado a la sociedad de los acontecimientos sociales que sucedan globalmente. Las personas que consumen la información, podrán emitir comentarios acerca de la noticia que se esté transmitiendo, a veces esos comentarios suelen positivos o negativos para el medio que esté emitiendo el contenido.

En este mismo proyecto investigativo, Egas (2017), comenta que en el ámbito deportivo es algo similar, debido a que los periodistas a veces tienen que interactuar con fanáticos de equipos de cualquier deporte. Además, Omar 2018, indica que la labor del periodista deportivo es difícil porque debe tener que sacrificar cosas personales e incluso su vida cuando los comunicadores van a estadios donde están hinchada peligrosa.

Por último, LaPuerta (2018) , añade que los periodistas deportivos deben capacitar físicamente, como psicológicamente para ejercer esta área de la comunicación. Con las redes sociales, el periodista deportivo debe capacitarse más, porque con estas nuevas herramientas digitales el formato de informar cambió, y con ello se debe ser cuidado al emitir una noticia deportiva a la sociedad.

LaPuerta, (2018) también comenta que, dentro de la comunicación deportiva, hay mucha información falsa que circula en las redes sociales, lo cual afecta a la sociedad y a un sector específico como son los fanáticos de un equipo. Sin embargo, los hinchas son los encargados de difundir todo tiempo de noticia falsa acerca de su equipo de fútbol, de algún jugador o de supuestas polémicas que ocurren dentro de los camerinos de cada instrucción deportiva.

Por otra parte, Bauer (2014), indica que el ámbito futbolístico es el que está más impregnado a la sociedad debido a que ambos se complementan para dar un espectáculo de grandes magnitudes. Dentro del fútbol la sociedad y los hinchas de un equipo son los jugadores número 12, porque el sentimiento de alentar a tu equipo influye psicológicamente en los jugadores. Los periodistas también tienen un rol fundamental, debido a que ellos son los encargados de transmitir la información a la sociedad.

Mena, (2006), expresa en su estudio que gracias a los eventos deportivos y en especial al fútbol, la sociedad empezó asistir más a los estadios y a los cotejos de renombre que se organizaran. Según en el contexto sociológico del deporte, los habitantes de un país necesitan desarrollar el fanatismo para que asistan a algún partido de básquet, futbol o de cualquier otro deporte. En Ecuador ocurre este fenómeno cuando algún deportista o equipo de fútbol consigue un logro importante.

Suárez (2017), en este mismo estudio, añade que este tipo de fanatismo surge desde que una persona empieza a venerar el escudo de su camiseta de fútbol, ya sea de su selección o de algún club o un jugador. Estos rasgos sociológicos, comúnmente suelen ser visto en disciplinas como el fútbol principalmente, básquet, formula 1 y fútbol americano, donde común mente es observar que las hinchadas crean “ídolos” para ser más grandes al equipo que son partidarios.

Manfredi et al, (2019), comenta que, dentro de los deportes, existe algo que afecta a la sociedad, y son las hinchadas, en especial las de fútbol, las cuales tienen antecedentes de elaborar disturbios o daños en los estadios de fútbol, en ciertas ocasiones estas hinchadas más conocidas como “Barras Brava” en Latinoamérica y “Hooligan” en Europa, han ocasionado la muerte en hinchas inocentes.

## **2.6. Transmisiones deportivas**

Orts, (2014), expresa que en las programaciones de los canales de televisión de señal abierta o de pago, el soccer es el deporte que genera mayor rating en los medios de comunicación. El gran fanatismo que produce el fútbol, es el motivo por el cual los canales de televisión buscan los derechos de transmisión de los campeonatos locales de su país.

En este mismo estudio, Orts (2014), comenta que las transmisiones de un partido de fútbol tienen una misma narrativa que son precotejo, partido, entretiempo y postpartido, las cuales dividen a un evento deportivo.

En cada fase de una transmisión, los medios de comunicación elaboran y organizan las cámaras y la señal para ser emitido los cotejos. En los clásicos del fútbol, las trasmisiones suelen ser más complejas debido a que se vive una expectativa una semana antes del partido.

Además, Orts (2014), explica que, en el día de las transmisiones de un partido, las cámaras se distribuyen en diferentes sectores del estadio y el número de equipos a utilizar son entre 9 a 15 cámaras, incluido los micrófonos. En cambio, para los cotejos que tienen más relevancia se utilizan alrededor de 23 cámaras.

Las transmisiones de los eventos deportivos actualmente se realizan a través de las redes sociales o plataformas streaming, las cuales permiten que un partido de fútbol o de básquet tengan mayor alcance globalmente. Mediante las redes sociales, las trasmisiones es el mismo proceso, con la única diferencia que su señal se dirige a dos canales, el primer canal va para la televisión con señal abierta, mientras que el segundo canal se dirige las cuentas sociales de los medios de comunicación para emitir los partidos (Orts, 2014).

Ruiz & Gutiérrez, (2018), en su artículo expresa que la nueva tecnología hizo más fácil las transmisiones de los eventos deportivos a nivel global, debido a que es más fácil que los fanáticos de un equipo, busquen en las redes sociales de un canal de televisión o las cuentas oficiales de cada club para estar informado minuto a minuto de lo que ocurre en un cotejo.

En este mismo artículo, Ruiz & Gutiérrez (2018) comenta que estas nuevas prácticas de transmisión por internet son muy fundamental, porque da apertura a los deportes, jugadores y jugadoras para que se hagan conocidos. Las marcas actualmente desean pautar con los medios de comunicación que tengan más seguidores y que en sus en vivos tenga el mayor número de visualizaciones.

Ruiz & Gutiérrez, (2018), añade que los fanáticos de cualquier deporte, son los motores principales que genera grandes ganancias económicas a sus clubes, no solo de manera física, sino, también de forma digital.

El público es el que opina y critica las transmisiones que se realicen. A veces, las emisiones de los cotejos deportivos suelen tener fallas en sus contenidos, y es cuando los medios de comunicación son criticados (Ruiz & Gutiérrez, 2018).

Es evidente que las transmisiones deportivas han cambiado en los últimos de diez años debido a la nueva revolución digital. Los partidos de fútbol, básquet o de cualquier otro deporte actualmente tienen sus canales digitales en las plataformas YouTube, lo cual permite que sus aficionados tengan más interacciones con los jugadores de cada club. Antes las transmisiones de los medios de comunicación si interactuaban con el televidente, pero solo era a través de mensajes de textos (Ruiz & Gutiérrez, 2018).

## **2.7. Canales y plataformas de transmisión de fútbol en Ecuador**

El campeonato nacional de fútbol, actualmente es transmitido por televisión pagada y por plataformas digitales. La Liga Pro fue transmitida por Gol Tv hasta el 2021, y los hinchas que veían los partidos debían de pagar el PPV de su operadora de cable para ver los eventos deportivos por Direc TV, la cual era el único medio de comunicación que tenía contacto con el canal de televisión uruguayo (Primicias, 2022).

Los clientes que haya tenido otra cableoperadora como Claro, Tv Cable o Cnt, no podían ver a sus clubes jugar ni por las redes sociales, ni por televisión, porque que estos medios habían terminado cualquier tipo de relación con el medio de comunicación Gol Tv, debido a que el valor por cada transmisión que cobraba la cadena uruguayo tenía un costo muy alto. Estas operadoras de televisión de pago luego buscarían la manera para transmitir los partidos de fútbol (Primicias, 2022).

Los usuarios tienen varias alternativas para poder ver los partidos del fútbol ecuatoriano como la aplicación Gol Tv Play, la nueva aplicación de Disney que es Star Plus que estará vinculada con el canal de ESPN. Otras opciones para visualizar los partidos del campeonato nacional son las transmisiones que realiza el medio digital El Canal del Fútbol (Primicias, 2022).

El formato del campeonato nacional es el mismo de la temporada 2020, en los cuales se jugarán dos fases de 15 partido cada una. El puntero de la primera fase jugará contra el primero de la segunda fase, para elegir un campeón en la final. Si un club gana las dos etapas se lo proclamará campeón automáticamente.

Las finales de la Liga Pro se juegan entre noviembre y diciembre de cada año. Por motivos de la pandemia, en el año 2020 la final Liga de Quito y Barcelona SC, se jugó un 29 de diciembre (Primicias, 2022).

Con el mismo dueño de los derechos de TV, los hinchas que no asistan al estadio están obligados a suscribirse a sistemas de paga para poder ver los juegos. Estas son las opciones para los aficionados.

Tabla 8

*Plataformas de transmisión del campeonato nacional del fútbol ecuatoriano*

<b>Canal</b>	<b>Descripción</b>
Direc Tv	Este canal de televisión tiene un convenio con el medio de comunicación uruguayo Gol Tv, permitiéndole transmitir todos los partidos de fútbol del campeonato ecuatoriano. Los canales utilizados son el 365 señal normal y 1635 señal en HD.
Star Plus	Esta plataforma pertenece a Disney plus, la cual llego a ciertos términos para llegar a un contrato con la empresa uruguaya para poder transmitir los partidos de la Liga Pro a través del canal ESPN.
GolTV Play	Este servicio está disponible para celulares Android y IOS en donde podrán visualizar los partidos de fútbol del campeonato ecuatoriano por \$10 mensualmente. Los usuarios podrán vincular estas plataformas a sus Smart TV.

Nota: Actualmente existe gran variedad de programas deportivo en el país.

Fuente: (El Comercio, 2022)

Elaborado: Briones & León (2022).

Como se pudo observar las plataformas digitales han servido para transmitir y globalizar los partidos de la Liga Pro.



## **2.8 Marco conceptual**

### **Periodismo deportivo:**

Es una rama del periodismo tradicional, que consiste en documentar y transmitir eventos deportivos como el fútbol, el básquet, el boxeo y las artes marciales mixtas. El periodismo deportivo actualmente se transmite a través de las redes sociales (Martínez, 2021).

### **Transmisión:**

Es la frecuencia que se transmite a través de la radio, la televisión y el internet de manera global. La transmisión permite que cualquier tipo de contenido puede llegar a los hogares de todo el mundo (Rost, 2006).

### **Redes sociales:**

Es el conjunto de plataformas que permite interactuar a las personas con usuarios de varias partes del mundo. Las redes sociales en la actualidad son herramientas muy importantes para la sociedad y para las empresas (Ros, 2020).

### **Periodismo digital:**

Es la nueva forma de ejercer esta vocación, en donde los periodistas y los medios de comunicación de tradicionales han tenido que adaptarse a la nueva convergencia digital la cual requiere el uso de herramientas digitales y conocimientos en marketing y multimedios (Martínez, 2021).

### **Audiencia:**

Es el público que consume un producto mediante la radio, la televisión o transmisiones en vivos en redes sociales La audiencia es la encargada de generar el número de visualizaciones o el rating de una programación (RAE, 2020).

## **2.9. Marco Legal**

### **Constitución de la República del Ecuador**

**Art.16.-** En el artículo 16 de la Constitución de la Republica del Ecuador se explica que las personas tienen derecho a:

1.- Tener una comunicación cultural, diversa, intelectual y libre en cualquier aspecto donde haya interacción entre personas.

2.- Tener acceso libre a cualquier medio tecnológico de comunicación.

3.- La elaboración de medios periodísticos y al acceso de las diferentes frecuencias utilizadas por los medios de comunicación como la radio, la prensa y la televisión para emitir sus emisiones y hacer uso de las redes inalámbricas.

4.-A usar y acceder a las diferentes maneras de la comunicación audiovisual, auditiva y otras maneras de comunicar que permitirá incluir información para las personas discapacitadas.

5.-La integración de espacios libres donde haya participación referente al ámbito de la comunicación.

Como se pudo observar, en el artículo 16 de la constitución, se hace referencia que todas las personas tienen derecho a la libertad de comunicarse en diferentes aspectos, ya sea en el ámbito social, cultural, económico o político lo cual permite que este derecho sea de manera individual o colectiva. El artículo 16 también agrega la inclusión de diferentes formas de comunicar que permite que las personas discapacitadas tengan derecho a estar informados a través de los medios de comunicación.

EL artículo 384 de la Constitución de la Republica del Ecuador hace referencia a que todos sistemas que esté relacionado a los medios de comunicación estarán asegurados con los derechos del ámbito de la comunicación social, la fortaleza de la participación de los ciudadanos, las diversas maneras de informar y la libertad de expresión.

Los sistemas estarán formados por los actores públicos y todas las instituciones, las normas y las políticas; y los ciudadanos y los actores privados que deseen integrarse de manera voluntaria.

El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos.

El estado planteará las políticas de la comunicación de manera pública, y dará libertad de expresión a todos los medios de comunicación social y a los individuos de forma individual o colectiva, lo cual está consagrado en los derechos humanos internacionales y dentro de la Constitución de la República del Ecuador. Cabe recalcar, que la Ley va a definir a organización y el funcionamiento de estas formas en la que participan los ciudadanos.

### **Ley Orgánica de Comunicación**

Dentro de la Ley Orgánica de Comunicación encontramos artículos que respalda a nuestro proyecto investigativo. Entre los artículos de la Ley Orgánica de Comunicación encontramos los siguientes:

Artículo 1.- Objetivo y ámbito. - El objetivo de esta ley es regular, desarrollar y proteger todo aquello que este relacionado con lo administrativo y al ejercicio de comunicar que se encuentran regulados en la constitución.

Artículo 3.- Contenido comunicacional. – En esta ley, se entiende por contenido las diversas maneras que existe de informar o de dar una opinión que se elabore, se emita, se reciba y que se pueda intercambiar mediante los medios de comunicación.

Artículo 4.- Contenidos personales en internet. – Mediante esta ley no se regula ningún tipo de opinión personal o información que sea emitida mediante plataformas digitales. Aquellas disposiciones no separas el ámbito penal o civil que estén relacionadas a otras leyes que sen cometidas por internet.

Artículo 5.- Medios de comunicación social. – En efecto, a través de este artículo las organizaciones privadas y públicas, la radio, la televisión, medios impresos, contenidos audiovisual producidos y elaborados por medios nativos digitales son considerados medios de comunicación social.

Artículo 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Todos los medios de comunicación social, tendrán que difundir contenido de carácter cultural, informativo y educativo, de manera constante. Los contenidos producidos y elaborados por los medios de comunicación deben ser de calidad y deben promover valores.

Artículo 9.-Códigos deontológicos. -Todos los medios de comunicación tendrán que expedir por cuenta propia códigos deontológicos que estén orientados a mejorar el trabajo de comunicación y las prácticas de interna de casa medio. Los códigos deontológicos no deberán sustituir la ley.

Artículo 10.- Normas deontológicas. – En efecto de esta ley , las personas que tengan algún tipo de participación en el ámbito de la comunicación tendrán que tener en cuenta los siguientes parámetros, de acuerdo a ciertas características de los medios de comunicación para difundir información tenemos :

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria: a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud.

### **Derechos de igualdad e interculturalidad**

Artículo 34.- Derecho al acceso a frecuencias. – Todos los individuos de manera colectiva e individual podrán acceder a las diferentes frecuencias que son asignadas por los distintos servidores de televisión y la televisión e incluso mediante la suscripción de plataformas digitales como lo dice la ley.

### **Derechos de los comunicadores**

Art 42.- Libre ejercicio de la comunicación. - Todos los individuos podrán ejercer los derechos de la comunicación que están establecidos en la Constitución. Las actividades realizadas mediante los medios de comunicación social, debe realizarse por individuos que sean titulados de la profesión, excepto las personas que se dedican a la opinión y a las columnas periodísticas. Los individuos que realicen programación con lengua indígena, no estarán en la obligación de establecer las medidas antes menciona.

## **Derecho comparado**

### **España: Ley General de la Comunicación Audiovisual.**

**Artículo 6.-** El derecho a una comunicación audiovisual transparente.

Todos tienen el derecho a conocer la identidad del prestador del servicio de comunicación audiovisual, así como las empresas que forman parte de su grupo y su accionariado. A tal efecto, se considera que el prestador está identificado cuando dispone de un sitio web en el que hace constar: el nombre del prestador del servicio; su dirección de establecimiento; correo electrónico y otros medios para establecer una comunicación directa y rápida; y el órgano regulador o supervisor competente.

### **Brasil: Cláusulas de libertad de expresión**

#### **Art. 5.**

Todos son iguales ante la ley, sin distinción de cualquier naturaleza, garantizándose a los brasileños y a los extranjeros residentes en el país la inviolabilidad del derecho a la vida, a la libertad, a la igualdad, a la seguridad y a la prioridad, en los siguientes términos:

El hombre y la mujer son iguales en derechos y obligaciones, en los términos de esta Constitución; Nadie está obligado a hacer o dejar de hacer alguna cosa sino en virtud de ley; Nadie será sometido a tortura ni a trato inhumano o degradante. Es libre la manifestación del pensamiento, quedando prohibido el anonimato; Queda asegurado el derecho de respuesta, proporcional al agravio, además de la indemnización por daño material, moral o a la imagen.

### **Argentina: Ley 26.522**

**Artículo 66.-** Las emisiones de televisión abierta, la señal local de producción propia en los sistemas por suscripción y los programas informativos, educativos, culturales y de interés general de producción nacional, deben incorporar medios de comunicación visual adicional en el que se utilice subtítulo oculto (closed caption), lenguaje de señas y audio descripción, para

la recepción por personas con discapacidades sensoriales, adultos mayores y otras personas que puedan tener dificultades para acceder a los contenidos. La reglamentación determinará las condiciones progresivas de su implementación.

## **CAPÍTULO III**

### **Marco metodológico**

#### **3.1. Metodología de la investigación**

Iglesias & Cortés, (2013) , en su artículo expresan que la metodología de una investigación se conforma por dos elementos los cuales son: las técnicas investigación, que son útiles para obtener resultado de un objeto de estudio, y los métodos de investigación que permitirá orientar al investigador a establecer el punto de partida de su proyecto a investigar.

Por otra parte, Sánchez (2015), indica que una metodología puede ser un trabajo extenso debido a que, se debe lograr los objetivos establecidos, lo cual permite obtener los resultados del proyecto que se esté investigando. Además, añade que los trabajos investigativos también se pueden determinar a través de análisis, resultados y alcance del tema que se esté estudiando.

El presente proyecto investigativo tiene una metodología cualitativa, que permitirá obtener y recopilar información a través de entrevistas acerca del tema abordado. Además, se analizará el formato general del programa mediante una ficha de observación la cual permitió conocer datos específicos de este objeto de estudio.

Sanz, (2017), expresa que la investigación cualitativa se basa en el “por qué” de las cosas y del “qué” del lugar. A diferencia de lo cuantitativo, su característica principal se enfoca en recopilar datos mediante la comunicación, las cuales se obtienen a través de entrevistas, grupo focales u observación.

Sanz, (2017), también indica que en la investigación cualitativa las áreas principales son la sociedad, la cultura y las personas. Además, añade que este tipo de investigación está enfocado más a lo subjetivo, que a lo objetivo.



### **3.2. Diseño de la investigación**

Sánchez, (2015), explica que la importancia del diseño de investigación se enfoca en la dimensión y estructura de un tema que este investigando. Sánchez, (2015) también añade ayuda a generar estrategia para conseguir los objetivos que se plantean dentro de una investigación.

Por otra parte, Moreno (2013), indica que el diseño de una investigación es un plan estructurado que busca la obtener datos, cifras e información relevante referente al proyecto que se esté abordando.

El diseño de este proyecto investigativo, será exploratoria debido a que engloba y hace uso de la recopilación de materiales empíricos que permitirá observar meticulosamente el objeto de estudio. Por ello, se utilizó los métodos de investigación como el método de observación científica y el método de investigación experimental, lo cual permitirá a estructurar el tema abordado.

### **3.3. Métodos de investigación**

El investigador Pulido (2015) comenta que los métodos de investigación están conformados por varios elementos que permitirá obtener resultados acerca de un tema. Pulido en este mismo estudio indica que los métodos de investigación ayudan a los estudiantes, docentes o científicos a encontrar los objetivos de su tema.

En este mismo artículo, Pulido (2015), indica que estos métodos de investigación permiten desarrollar tema de forma empírica lo cual facilitará la estructura y elaboración del

proyecto que se esté realizando. Para el presente proyecto se utilizaron los métodos de investigación experimental y de observación de científica.

### **3.4. Instrumentos de investigación**

Garay (2020) explica que las técnicas de investigación es la unión de mecanismo y medios que sirven para transmitir y recolectar datos. También explica que los instrumentos son un conjunto de normas, principios y valores que buscan un mismo objetivo. Además, añade que estos instrumentos son justificados por la utilidad y los esfuerzos de ser optimizados e incluso mejoran los recursos de una administración investigativa.

#### **3.4.1. Ficha de observación**

Según Roja (2021), comenta que la ficha de observación sirve para recolectar datos que permitirá analizar meticulosamente el comportamiento de una persona, grupo de personas o características de una situación relevante. Este instrumento es de gran ayuda para los docentes y los proyectos científicos porque permite observar datos importantes de un tema. También, añade que la ficha de observación también sirve para examinar, evaluar y dar recomendaciones acerca de un tema. Con esto, los investigadores tienen la facilidad de implementar nuevas estrategias que les permitirá reforzar y buscar los objetivos de sus proyectos.

#### **3.4.2. Entrevista**

García et al (2014) indica que la entrevista es una técnica útil que sirve para recopilar argumentos de personas especializada en un tema. Esta técnica se puede realizar con una persona o más persona. Además, Ignacio (2011) añade que, para la elaboración de una entrevista es fundamental elaborar preguntas. El cuestionario debe tener mínimo 13 preguntas, máximo 20 preguntas. En cambio, Tamayo (2006), comenta que es importante conocer acerca del entrevistado antes de llevar a cabo el diálogo. Esto evitará que la persona invitada se pueda

sentir incómoda. También indica que el tiempo máximo de una entrevista debe durar entre 10 a 15 minutos.

### **3.5. Plan de trabajo**

Pérez, (2019) comenta que un plan de trabajo es una planificación donde se establecen los objetivos a cumplir sobre un proyecto. Además, indica que los procesos, tiempos, resultados y métodos utilizados en los plane de trabajo ayuda a entregar avances del tema a corto y mediano plazo. El plan de trabajo que se indicará a continuación es el que será utilizado en este proyecto investigativo:

- Elaboración de la ficha de observación del programa el Show del Fútbol para recopilar información del programa.
- Elaborar las preguntas para realizar las entrevistas.
- En el mes de abril se comunicará con los periodistas con el objetivo de planifica las entrevistas. Las entrevistas se realizarán en el mes de abril o mayo.
- Por motivos de la pandemia todas las entrevistas serán a través de las plataformas WhatsApp o Zoom.
- El tiempo que duren las entrevistas, dependerá del ritmo de la conversación entre el entrevistado y el entrevistador.
- Después de culminar las entrevistas, se procederá la transcripción y posteriormente a la triangulación.

Ávila, (2010) , explica que la triangulación es una herramienta que analiza datos que permite contrastar varios enfoques y visiones acerca de la información recolectada. A través de esta técnica se mezclan varios métodos que estudian un fenómeno.

### 3.6. Ficha de observación del programa El Show del Fútbol

Para el siguiente tema se realizó una ficha de observación que permitió conseguir y recopilar datos acerca del programa “El show del fútbol”, lo cual ayudó reforzar el proyecto investigativo.

Tabla 9

Ficha de observación del programa el Show del Fútbol

Ficha de observación				
Área de trabajo		Lugar de trabajo: El Show del Fútbol EC		
Indicadores	Resultados		Comentario adicional	
Criterio para elección de información	Siempre	A veces	Nunca	
<b>Veracidad</b>	X			
<b>Actualidad</b>	X			Siempre informan acerca de las noticias deportivas.
<b>Importancia</b>	X			Las noticias más importantes son sobre el fútbol.
<b>Proximidad</b>		X		
<b>Retro alimentación</b>				
<b>Comentarios en publicaciones</b>	X			
<b>Likes</b>	X			
<b>Buzón de sugerencia</b>			X	Las redes sociales del programa no tienen esta opción
<b>Encuestas</b>		X		En historias de sus redes sociales realizan encuestas.
<b>Uso de redes sociales</b>				
<b>Twitter</b>	X			Usan esta red social para informar rápidamente una noticia.
<b>Facebook</b>	X			
<b>Instagram</b>	X			Es la red social con más visitas.
<b>YouTube</b>	X			
<b>Tipo de formato</b>				
<b>Video</b>	X			Es el formato principal que se utiliza en el programa.
<b>Imagen</b>			X	
<b>Audio</b>		X		Se utiliza de repente.

Nota: Este programa usa como medio principal la plataforma Twitter para informar.

Elaborado: Briones & León (2022).

Como se pudo observar a través de esta ficha, el programa utiliza mucho sus redes sociales para informar e interactuar con sus usuarios.

Los panelistas siempre informan contenido de actualidad acerca de los clubes del campeonato nacional ecuatoriano. En su retroalimentación este programa deportivo carece de un buzón de sugerencia.

### **3.7. Análisis de la ficha de observación**

Este programa deportivo está orientado a la opinión y al debate acerca de los eventos deportivos del país. Además, también prioriza la información de última hora la cual es emitida de manera rápida a través de sus redes sociales. Con el análisis realizado, las opiniones, debates y segmentos de este programa son acerca del campeonato nacional ecuatoriano llamado “Liga Pro”, debido a que es el deporte con mayor fanatismo en el país, es el fútbol.

Sin embargo, este programa no tiene un buzón de sugerencia que permita a los usuarios a opinar sobre el programa. Las opiniones de los televidentes podrían ayudar a mejorar ciertos fallos de las emisiones en vivo y esto permitiría mejorar el contenido del programa. Los comentarios y los likes que se encuentran en las redes sociales del Show del Fútbol, sirven para que los usuarios interactúen entre ellos acerca de una publicación o una noticia de sus equipos favoritos.

A través de las redes sociales del programa también se observó los diferentes usos que le suelen dar. En Instagram, es donde tienen la mayor interacción debido a que en el perfil suben historias, reels, y contenido audiovisual. Twitter, es utilizado más por la inmediatez al momento de emitir una noticia. En Facebook, casi no suben mucho contenido y en YouTube es donde se emiten los programas en vivo.

Sobre de las opciones y debates que se generan en el programa, es acerca del campeonato nacional de fútbol ecuatoriano o de ciertos partidos internacionales.

## 2.8. Fichas de observación del programa el Show del Fútbol

Con el objetivo de reforzar el proyecto investigativo, se analizó a través de fichas de observación el programa del “El Show del Fútbol” que es transmitido por “Gol Tv”. Entre las emisiones en vivo se escogió la programación de los siguientes días: miércoles 11 de mayo, viernes 20 de mayo y martes 26 de mayo del 2020. El motivo por el cual se escogieron los días mencionado, es debido a que en esas fechas hubo partidos de la Copa Libertadores y resumen de la del campeonato nacional.

### Emisión #1: martes 11 de mayo del 2022

Tabla 10

Ficha de observación del programa del 11 de mayo del Show del Fútbol

Criterio de selección	Objeto de estudio			Gol Tv		
	Programa en vivo			Redes sociales (Ig-Twitter)		
Objetividad	x				x	
Actualidad	x			x		
Veracidad	x			x		
Orientación OP.		x		x		
Retroalimentación		x				x
Interacción			x	x		
	Siempre	A veces	Nunca	Siempre	A veces	Nunca

Nota: En esta ficha de observación se observar ciertos aspectos de la programación del 11 de mayo del 2020.

Elaborado: Briones & León (2022).

### Análisis:

En la programación del martes 10 de mayo del 2020, en la emisión en vivo se realizó un resumen de la jornada número 12 del campeonato nacional de fútbol ecuatoriano. En transmisión se pudo observar que los periodistas fueron objetivos en todo el programa al momento de emitir sus criterios referentes a los clubes y jugadores de fútbol. También hubo en una solo ocasión en donde realizaron una retroalimentación acerca del clásico del astillero, previo al partido diferido que se jugaba el miércoles 11 de mayo.

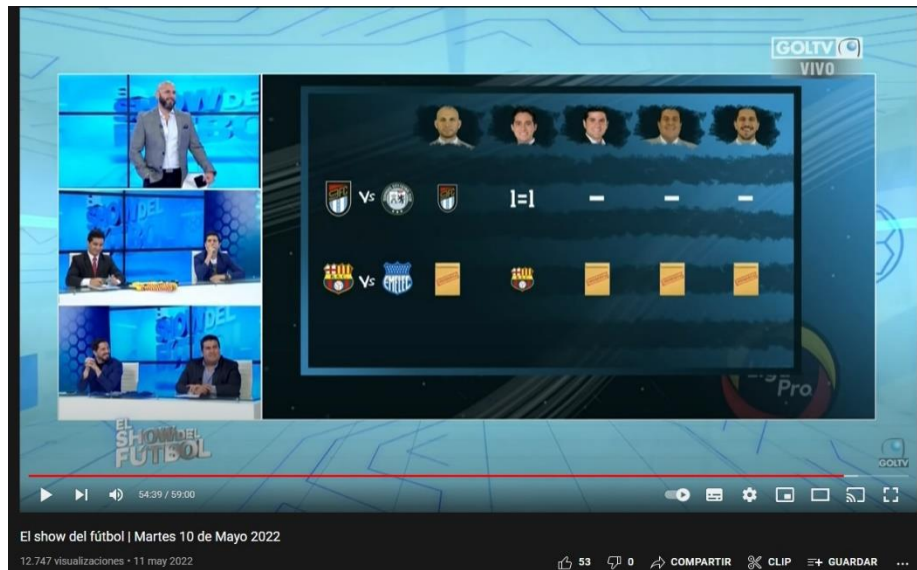


imagen 1 Emisión del programa el Show del Fútbol del 11 de mayo del 2022

Fuente: (Gol Tv, 2022)

En las redes sociales como Instagram y Twitter siempre realizan publicaciones constantemente antes, durante y después de cada cotejo deportivo. Se observó que a través de sus redes sociales en a la fecha 11 de mayo del 2020, los usuarios se hicieron participe en la opinión a través de estas plataformas, comentando lo bueno y lo malo de la jornada número 12 del campeonato nacional de fútbol ecuatoriano. También se puso observar que el programa el Show del fútbol interactuó con los usuarios en el día del clásico del astillero.



imagen 2 Referencia de las redes sociales de la emisión del 11 de mayo

Fuente: (Gol Tv, 2022)

## Emisión #2: viernes 20 de mayo del 2022

Tabla 11

Ficha de observación del programa del 20 de mayo del Show del Fútbol

Criterio de selección	Objeto de estudio			Gol Tv		
	Programa en vivo			Redes sociales (Ig-Twitter)		
Objetividad	x			x		
Actualidad	x			x		
Veracidad	x				x	
Orientación OP.		X			x	
Retroalimentación	x					x
Interacción			x		x	
	Siempre	A veces	Nunca	Siempre	A veces	Nunca

Nota: En esta ficha de observación se observan ciertos aspectos de la programación del 20 de mayo del 2020.

Elaborado: Briones & León (2022).

### Análisis:

En la programación del viernes 20 mayo del 2020, en la emisión en vivo los realizaron un resumen acerca de la participación de los clubes ecuatorianos de la Copa Libertadores y Copa Sudamericana. En este programa en vivo, se observó mucha retroalimentación de cotejos de hace 10 años de la Copa Libertadores, donde recalcaron la copa que ganó Liga de Quito en el año 2008.

Al momento de emitir sus comentarios, los periodistas fueron objetivo en toda la transmisión del programa, utilizando un lenguaje formal al momento de dar una opinión acerca de un jugador o director técnico. Durante el programa se pudo observar actualidad de la información, esto se vio reflejado cuando uno de los periodistas informó en vivo que un equipo brasilero iba perdiendo, y que eso le beneficia a un equipo ecuatoriano.





imagen 3 Emisión del programa el Show del Fútbol del 20 de mayo del 2022

Fuente: (Gol Tv, 2022)

En la fecha del 20 mayo Gol Tv a través de sus redes sociales realizaba constantemente publicaciones acerca de la jornada 14 del campeonato nacional de fútbol ecuatoriano. En Twitter los usuarios opinaban referente a sus equipos a los cotejos que estaban próximamente a jugarse. En Instagram no publicaron ningún contenido audiovisual ese día. Tampoco hubo interacción los con los usuarios en ninguna de las dos redes sociales.



imagen 4 Referencia de las redes sociales de la emisión del 20 de mayo

Fuente: (Gol Tv, 2022)

### Emisión #3: martes 24 de mayo del 2022

Tabla 12

Ficha de observación del programa del 24 de mayo del Show del Fútbol

Criterio de selección	Objeto de estudio			Gol Tv		
	Programa en vivo			Redes sociales (Ig-Twitter)		
Objetividad	x					x
Actualidad	x			x		
Veracidad		X			X	
Orientación OP.		X			X	
Retroalimentación			x			x
Interacción			x			x
	Siempre	A veces	Nunca	Siempre	A veces	Nunca

Nota: En esta ficha de observación se observar ciertos aspectos de la programación del 24 de mayo del 2020.

Elaborado: Briones & León (2022).

#### Análisis:

En la emisión del 23 de mayo del 2020, los periodistas se basaron en realizar un análisis de la jornada 14 del campeonato ecuatoriano de fútbol. Los comentaristas fueron objetivos al momento de dar su opinión, incluso en esta emisión criticaron el juego y rendimiento de un equipo de fútbol, con lo cual fueron cuidadosos al hablar de un jugador o director técnico.



imagen 5 Emisión del programa el Show del Fútbol del 24 de mayo del 2022

Fuente: (Gol Tv, 2022)

En las redes sociales estuvieron informando minuto a minuto lo que había sucedido en la jornada 14 del campeonato nacional. En Instagram publicaron un video en donde resumían toda la jornada. Mientras que en Twitter hicieron publicaciones durante todo el día. En esta fecha, si hubo opinión por parte de los usuarios en las redes sociales.

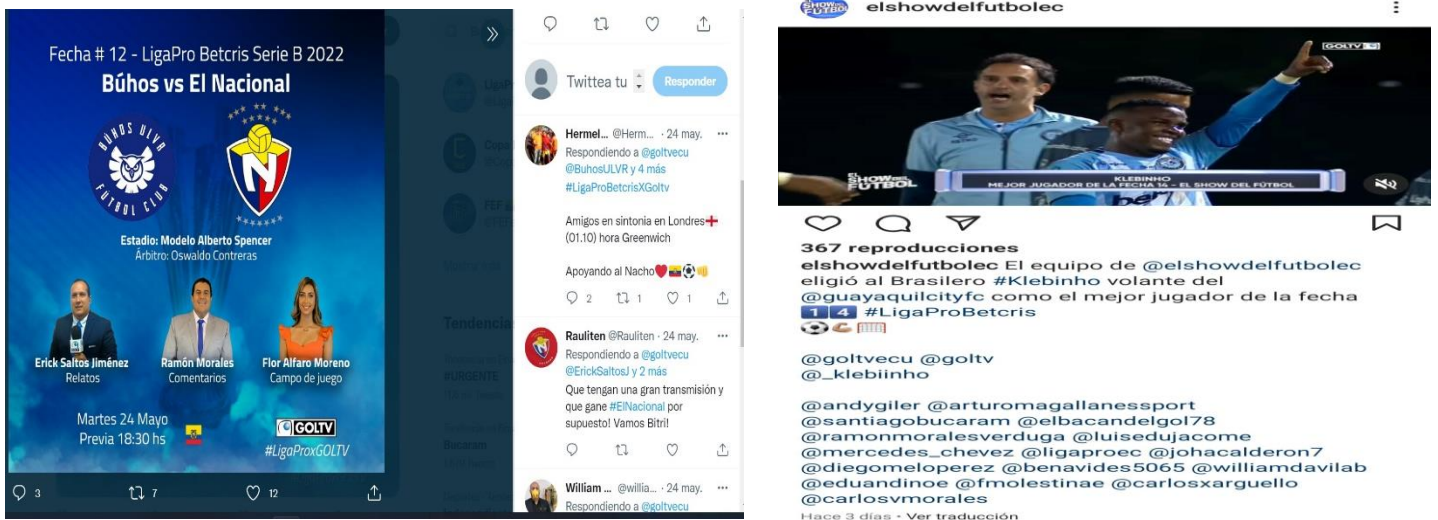


imagen 6 Referencia de las redes sociales de la emisión del 24 de mayo

Fuente: (Gol Tv, 2022)

### Emisión #3: martes 30 de mayo del 2022

Tabla 13

Ficha de observación del programa del 26 de mayo del Show del Fútbol

Criterio de selección	Objeto de estudio			Gol Tv		
	Programa en vivo			Redes sociales (Ig-Twitter)		
Objetividad	X					X
Actualidad	X			X		
Veracidad		X			X	
Orientación OP.		X			X	
Retroalimentación			X			X
Interacción			X			X
	Siempre	A veces	Nunca	Siempre	A veces	Nunca

Nota: En esta ficha de observación se observar ciertos aspectos de la programación del 24 de mayo del 2020.

Elaborado: Briones & León (2022).

### **Análisis:**

En la emisión del 26 de mayo del 2020, los periodistas se basaron en realizar un análisis de los cotejos deportivos de la semana. Los comentaristas fueron objetivos al momento de dar su opinión. Realizaron una retroalimentación de uno de los partidos de la Copa Libertadores. En las redes sociales no hubo integración o publicaciones de ese día.



*imagen 7 Transmisión del programa el Show del Fútbol del jueves 26 de mayo del 2022*

Fuente: (Gol Tv, 2022)

### **Conclusión:**

A través de las tres programaciones escogidas, se pudo determinar que los periodistas del programa El Show del Fútbol en las emisiones seleccionadas fueron objetivos al momento de emitir una opinión. El programa siempre ofrece información actual de lo que sucede en el mundo del fútbol. Además, en ciertas ocasiones realizan retroalimentación sobre jugadores, campeonatos, directores técnicos o clubes. En el uso de las redes sociales, las plataformas que más utilizan para realizar publicaciones es Twitter, allí realizan post todos los días de manera constante. La red social Instagram también la utilizan, pero no realizan publicaciones todos los días. Se pudo observar que en esta plataforma publican contenido multimedia de tres a dos días.

## 2.9. Intervención de los entrevistados

### Entrevistado #1: Sttfano Dueñas



*imagen 8 Sttfano Dueñas comentado el partido de Emelec vs Técnico Universitario.*

Fuente: (Gol Tv, 2022)

### **Título: “Los periodistas deben estar a la altura al emitir un comentario”**

“Los comunicadores que emiten comentarios en cualquier plataforma influye mucho en la opinión pública acerca de un tema relevante, esto importante porque a través de las redes sociales se llega un público de terminado con el objetivo que los usuarios de las diferentes redes sociales tengan la oportunidad de interactuar con los programas y emitir sus comentarios. Cabe recalcar que los comentarios de los comunicadores deportivos que se realizan a través de las redes sociales como Twitter, debe estar a la altura y no rebajarse ante cualquier persona que lo esté atacando con un comentario ofensivo. El periodista tampoco debe de imponer su comentario porque ya no sería subjetivo al momento interactuar con las personas en estas plataformas sociales. Los programas deportivos deben manejar la interacción con los usuarios de una forma profesional, seleccionando los comentarios positivos y negativos para ver cual se pone en la mesa de trabajo para debatirlos”.



**Entrevistado #2:** Cristian Morales



*imagen 9 Comunicador social con amplia experiencia en Dirección de Comunicación Social.  
Fuente: (Gol Tv, 2022)*

**Título: “Considero que la interacción en un programa con el público, es fundamental”**

“El periodista deportivo actualmente debe ser imparcial al momento de emitir un comentario en vivo o en las redes sociales, porque al comentar cosas de forma negativa puede afectar a su carrera de comunicador e incluso puede recibir linchamiento mediático por parte de los usuarios, por ello es importante que todos los periodistas incluyendo al deportivo piense bien sus comentarios antes de emitirlo. Los periodistas no solo deben tener cuidado de emitir un mal comentario en la radio, prensa y televisión, con las redes sociales se debe tener aún más cuidado debido a que mediante estas plataformas los usuarios tienen la libertad de opinar cualquier cosa que se le venga a la mente. Los programas y los periodistas deportivos deben de saber cómo interactuar con los usuarios, es evidente que las personas desean opinar, debatir acerca de sus equipos favoritos y no hay nada mejor que el comunicador genere esa interacción con el público para atraerlo más y que se enganche con la programación que se esté realizando”.

**Entrevistado #3:** Daniel Navas



*imagen 10 director y creador de contenido de programas de deportivos.*

Fuente: (Gol Tv, 2022)

Título: “Las nuevas plataformas digitales permiten a los usuarios tener varias opciones de ver partidos de fútbol”

“Actualmente los periodistas que emiten criterios acerca de un equipo de fútbol en sus redes sociales, están propensos a recibir agresión cibernética por parte del usuario o incluso por trolls center. En lo personal, he dejado de publicar mis criterios en estas plataformas porque me di cuenta que de una u otra manera genera malestar. Al muy importante también es no perder la objetividad en esta profesión, y para no perderla se necesita de mucha experiencia televisiva, esto me ha enseñado manejar criterios sin afectar a un público determinado. Otra manera es la interacción con el público mediante encuestas, pero con encuestas que los usuarios puedan expresar detalladamente sus pensamientos. Cuando el programa no realiza este tipo de interacción, es ahí cuando el público decide emigrar a otras plataformas para consumir otros

**Entrevistado #4:** Christian Xavier Flores Hinostroza



*imagen 11 Periodista deportivo en Diario Expreso*

Fuente: (Gol Tv, 2022)

Título: “La forma de transmitir el fútbol cambió con las redes sociales”

“Con las redes sociales, los programas de televisión tuvieron que emigrar a estos nuevos formatos. Al principio fue un poco complicado, porque quienes venimos de los formatos antiguos de la comunicación, como la radio, la prensa y la televisión no estábamos acostumbrados, por ejemplo, al tema de las visualizaciones. Si tu programa no tiene gran cantidad de visualizaciones, no está teniendo gran acogida. Todos los programas no solo deportivos, sino también informativo, de variedad o matinales, se encuentran en la obligación de transmitir sus programas por internet”.



## CONCLUSIONES

- A través de lo investigado, se pudo analizar que la línea editorial del programa Gol Tv, cumple con las expectativas de los aficionados, debido a que en cada transmisión emiten información actualizada y al mismo tiempo, los panelistas interactúan con los usuarios a través de las redes sociales con los cuales ellos dan sus criterios de algún tema en específico que se esté abordando en vivo.
- Además, se pudo determinar referentes teóricos que ayudaron reforzar el proyecto investigativo. Autores como Ruiz & Gutiérrez, explican que los fanáticos son consumidores de cualquier deporte, son los motores principales que genera grandes ganancias económicas a sus clubes, no solo de manera física, sino, también de forma digital y que las cableoperadoras transmiten los cotejos deportivos de sus equipos favoritos. A través de la base legal se pudo determinar que mediante del artículo 16 de la constitución, se hace referencia que todas las personas tienen derecho a la libertad de comunicarse en diferentes aspectos, ya sea en el ámbito social, cultural, económico o político lo cual permite que este derecho sea de manera individual o colectiva.
- Se pudo analizar el lenguaje verbal y físico de los periodistas deportivos de los medios de comunicación, lo cual influye mucho en la opinión pública. Según la opinión emitida por el comunicador generará controversia.
- Mediante fichas de observación de las diferentes emisiones del objeto de estudio, se pudo identificar la comunicación sobre la difusión y de la opinión pública, en donde los periodistas difundían información verificada en vivo y a su vez los usuarios en las redes sociales opinaban acerca de la noticia que emitían los panelistas.

- Se pudo analizar que el contenido multimedial de las noticias de Gol TV interactúan constantemente con los usuarios a través de las redes sociales, con encuestas, sorteos o trivias durante la programación en vivo. Los comentarios realizados por los periodistas son totalmente imparciales, debido a que cuidan mucho la forma en como dan una opinión acerca de un equipo, jugador o directivo.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que Gol Tv elabore segmentos o programas específicos donde los aficionados puedan interactuar dando una opinión acerca de sus equipos o de algún partido en vivo con los periodistas.
- Se recomienda que los periodistas del programa el “Show del Fútbol” sean un poco más directos al emitir sus opiniones.
- Se recomienda que en las redes sociales de Gol Tv interactúan más con los usuarios, por ejemplo, que responda los comentarios de los aficionados en cada publicación.
- Se recomienda promover la comunicación responsable, que contengan argumentos en base del profesionalismo por parte de los periodistas.
- Se recomienda fomentar el respeto de los televidentes, hacia los periodistas, como los periodistas y futbolistas.

## BIBLIOGRAFÍA

Alcoba, A. (1980). *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*. Madrid.

Álvarez, J. (2020). Análisis de la práctica profesional del periodismo deportivo en medios de Cuenca. (*Tesis de licenciatura*). Universidad de Cuenca, Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/33651/3/Trabajo%20de%20Titulacion.pdf>

Andrews, P. (2013). *Sports Journalism A Practical Introduction* (Vol. Segunda edición). Publicaciones SAGE. Obtenido de <https://www.perlego.com/book/861446/sports-journalism-a-practical-introduction-pdf>

Ávila, B. (08 de Octubre de 2010). *La triangulación, una técnica de investigación*. Obtenido de triangulacion-tecnica de invest.blogspot: <http://triangulacion-tecnica de invest.blogspot.com/2010/10/la-triangulacion-una-tecnica-de.html>

Bauer, M. (2014). La sociedad de conocimiento favorece la comunicación de la ciencia, pero restringe la acción del periodismo científico. *Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 18(2), 53-70. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3396/339634157003.pdf>

Bertran, P. (10 de septiembre de 2021). *Los 15 tipos de periodismo (y los temas que tratan)*. Obtenido de medicoplus: <https://medicoplus.com/ciencia/tipos-periodismo>

Carrión, G. (05 de Enero de 2019). *El periodismo ecuatoriano*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/opinion/2019/01/05/nota/7122720/periodismo-ecuatoriano/>

Casanova, M. (2021). Retos y desafíos del periodismo ecuatoriano en tiempos de Covid-19. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Técnica de Ambato, Ambato.

- Castillo, J., Nicola, G., & Sevilla, H. (26 de febrero de 2006). *Tras la huella de la primera imprenta*. Obtenido de La Hora: <https://www.lahora.com.ec/noticias/tras-la-huella-de-la-primera-imprenta/>
- Cortés, M., & Iglesias, M. (23 de Enero de 2013). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Obtenido de unacar: [https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia\\_investigacion.pdf](https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf)
- Costa, D. (19 de Diciembre de 2016). Repositorio Universidad San Francisco de Quito. (*Tesis de licenciatura*). Universidad San Francisco de Quito, Quito. Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/6086/1/128824.pdf>
- Cruz, J. (13 de Septiembre de 2016). *Los Elementos Del Periodismo*. Obtenido de El País: [https://elpais.com/politica/2016/09/12/actualidad/1473706925\\_208759.html](https://elpais.com/politica/2016/09/12/actualidad/1473706925_208759.html)
- De Vita, R. (2018). El periodismo deportivo en la era digital: Caso del sitio oficial de la Copa Argentina. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Abierta Interamericana. Obtenido de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC125959.pdf>
- Egas, A. (2017). El sensacionalismo en el suplemento deportivo “súper canchero” de Diario Súper a partir de las imágenes y los titulares. (*Tesis de licenciatura*). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13193/sensacionalismo%20en%20el%20suplemento%20deportivo%20diario%20super%20de%20super%20canchero%20a%20partir%20de%20las%20imagenes%20y%20los%20titulares.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- El Comercio. (18 de Febrero de 2022). *Tres opciones para ver el campeonato ecuatoriano de fútbol*. Obtenido de El Comercio:

<https://www.elcomercio.com/deportes/futbol/opciones-transmision-campeonato-ecuatoriano-futbol.html>

Gallardo, A. (2012). Periodismo digital: Análisis comparativo de la prensa escrita y digital.

(*Tesis de licenciatura*). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito. Obtenido de

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8291/10.C03.000137.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Garay, C. (18 de Julio de 2020). *Técnicas e instrumentos para la recolección de datos*.

Obtenido de crubocas.up: <https://crubocas.up.ac.pa/sites/crubocas/files/2020-07/3%20M%C3%B3dulo%2C%20%2C%20EVIN%20300.pdf>

García, M., Martínez, C., Martín, N., & Sánchez, L. (11 de febrero de 2014). *La entrevista*.

Obtenido de Uca:

[http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86\\_entrevistapdfcopy.pdf](http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf)

Gol Tv. (2022). Obtenido de <https://www.youtube.com/c/GoltvecuadorOficial/videos>

Gronemeyer, M. (2003). El periodismo como vocación y opción creyente. *Teología y Vida*,

44(1), 48-67. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0049-34492003000100003>.

Ignacio, R. (2011). *redalyc*. Obtenido de ELEMENTOS PARA EL DISEÑO DE TÉCNICAS

DE INVESTIGACIÓN: UNA PROPUESTA DE DEFINICIONES Y

PROCEDIMIENTOS EN LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA:

<https://www.redalyc.org/pdf/311/31121089006.pdf>

LaPuerta, E. (2018). El sesgo regionalista de la prensa deportiva ecuatoriana en la cobertura

de la participación de equipos ecuatorianos en torneos internacionales. (*Tesis de*

*licenciatura*). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito. Obtenido de

file:///C:/Users/peter/Desktop/EL%20SESGO%20REGIONALISTA%20DE%20LA%20PRENSA%20DEPORTIVA%20ECUATORIANA%20EN%20LA%20COBERTURA%20DE%20LA%20PARTICIPACION%20DE%20E.pdf

Larrea, M. P., & Rivera, D. (2014). Las primeras huellas del periodismo ecuatoriano. De la censura a la libertad de prensa. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 116-123.

Maldonado, D. (2018). Periodismo deportivo y prensa escrita: análisis de contenido de las notas deportivas de portada de los días lunes de el Telégrafo y el comercio desde un enfoque de calidad periodística, de enero a junio de 2017. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Tecnológica Equinocial, Quito. Obtenido de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17618/1/70252\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17618/1/70252_1.pdf)

Manfredi, J., Ufarte, M., & Herranz, J. (2019). Innovación periodística y sociedad digital: Una adaptación de los estudios de Periodismo. *Revista Latina de Comunicación Social*(74), 1633-1654.

Márquez, M., & Rojas, J. L. (2017). ¿Periodismo deportivo pasivo o proactivo? La cobertura del FIFAGate en la prensa deportiva de México y España. *Cuadernos.info*(40), 173-188. doi: <https://doi.org/10.7764/cdi.40.1009>

Martínez, A. (8 de Marzo de 2021). *ConceptoDefinición*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/periodismo/>

Mason, D. (1999). What is the sports product and who buys it? The marketing professional sports leagues. *European Journal of Marketing*, 33(3/4), 402-418.

Mena, F. (2006). *El fútbol: espacio público de la representación. El jugador número 12*. Obtenido de works bepress: [https://works.bepress.com/fernando\\_carrion/166/](https://works.bepress.com/fernando_carrion/166/)

- Morejón, R., & Zamora, B. (05 de Agosto de 2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos y contextos*(18), 12-24. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1752/1656>
- Moreno, E. (12 de Agosto de 2013). *Concepto de diseño de investigación*. Obtenido de blogspot: <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/concepto-de-diseno-de-investigacion.html>
- Núñez, F. (2020). Calidad en contenidos deportivos: análisis en medios digitales en época de fichajes. *#PreDebate*, 5, 266-287. Obtenido de <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/perdebate/article/view/2329/2726>
- Oliva, C. (2014). El periodismo digital y sus restos en la sociedad global y del conocimiento. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*(61), 1-30. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>
- Ortiz, L., & Suing, A. (2016). La televisión ecuatoriana: pasado y presente. *Razón y Palabra*, 20(93), 135-152. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199545660008.pdf>
- Orts, A. (2014). “Realización Televisiva de programas de entretenimiento cultural: El Deporte”. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Politecnica de Valencia, Gandia. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/45352/MEMORIA%20%281%29.pdf?sequ>
- Palanco, N. (Noviembre de 2009). *Historia del periodismo*. Obtenido de eumed: <https://www.eumed.net/rev/cccss/06/nmpl6.htm>
- Paredes, D., & Sierra, R. (2011). “Análisis de la profesionalización del Periodismo Deportivo en Quito desde el año 2000 hasta la actualidad alrededor de los éxitos futbolísticos de



- las selecciones nacionales y Liga Deportiva Universitaria de Quito”. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Internacional del Ecuador, Quito. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/478/1/T-UIDE-0444.pdf>
- Pérez, A. (18 de Noviembre de 2019). *Plan de trabajo para un proyecto: guía de elaboración*. Obtenido de Obs Business School: <https://www.obsbusiness.school/blog/plan-de-trabajo-para-un-proyecto-guia-de-elaboracion>
- Primicias. (15 de Marzo de 2022). *Canales y plataformas para ver la LigaPro 2022*. Obtenido de Primicias ec: <https://www.primicias.ec/noticias/jugada/canales-tv-plataformas-ligapro-2022/>
- Pulido, M. (09 de septiembre de 2015). *Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica*. Obtenido de redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/310/31043005061.pdf>
- RAE. (2020). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/audiencia?m=form>
- Rivera, D. (2012). Breve historia de la prensa en Ecuador. El aporte de Laja. *Chasqui.Revista Latinoamericana de Comunicación*(119), 3-16.
- Rodelo, F. (22 de Abril de 2009). *Periodismo en entornos violentos: el caso de los periodistas de Culiacán, Sinaloa*. Obtenido de scielo: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-252X2009000200005](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2009000200005)
- Rojas, C. (20 de abril de 2021). *Ficha de observación*. Obtenido de Mil formatos: <https://milformatos.com/escolares/ficha-de-observacion/>

Rojas, J. L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro.

*Correspondencias & Análisis*(4), 177-190. doi:

<https://doi.org/10.24265/cian.2014.n4.09>

Romero, A. (2015). Propuesta para la inclusión de la materia de Periodismo Deportivo en el

Pénsum de estudios de la carrera de Comunicación, mención Medios: prensa, radio y televisión de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. (*Tesis de licenciatura*).

Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito. Obtenido de

[file:///C:/Users/peter/Desktop/pdf-periodismo-deportivo-en-ecuador\\_compress.pdf](file:///C:/Users/peter/Desktop/pdf-periodismo-deportivo-en-ecuador_compress.pdf)

Ros, L. (29 de Junio de 2020). *La Vanguardia*. Obtenido de

<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200629/482009621616/dia-redes-sociales.html>

Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. Obtenido de

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf>

Ruiz, S., & Gutiérrez, L. (2018). Fútbol televisado: una experiencia enriquecida a través del

uso de segundas pantallas. *Observatorio (OBS\*) Journal*, 12(2), 241-255. Obtenido de

<https://pdfs.semanticscholar.org/a363/97308e7a8ddbe1454b2fab4423427016ee30.pdf>

Sánchez, I. (Febrero de 2015). *Conceptos Básicos de la Metodología de la Investigación*.

Obtenido de uaeh:

[https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16701/LECT13\\_3.pdf?sequence=1](https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16701/LECT13_3.pdf?sequence=1)

Sanz, R. (13 de Mayo de 2017). *¿Qué es el método cualitativo?* Obtenido de Cursos . com:

<https://cursos.com/blog/metodo-cualitativo/>

- Suárez, J. C. (2017). El periodismo ciudadano. Análisis de opiniones de periodistas profesionales de España, Italia y Bélgica. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*(74), 91-111. Obtenido de <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/4383/2777>
- Tamayo, M. (2006). *TIPOS DE INVESTIGACIÓN*. Obtenido de [trabajodegradoucm.weebly.com](http://trabajodegradoucm.weebly.com): [https://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/tipos\\_de\\_investigacion.pdf](https://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/tipos_de_investigacion.pdf)
- Tufiño, F. (2014). "Inserción de las mujeres en el periodismo deportivo ecuatoriano". (*Tesis de licenciatura*). Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito. Obtenido de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10002/1/59458\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10002/1/59458_1.pdf)
- Vivero, M. (2017). Del periodismo tradicional al de la generación de los millennials: Análisis de la transición de la vieja escuela a los nuevos formatos en prensa digital. (*Tesis de licenciatura*). Universidad San Francisco de Quito, Quito. Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/7081/1/135073.pdf>
- Wolf, C. (24 de Mayo de 2018). *Breve Historia del Periodismo Digital (FACSO)*. Obtenido de Slideshare: <https://www.slideshare.net/wellcab/breve-historia-del-periodismo-digital-facso>

## ANEXOS

### *Anexo I Preguntas de las entrevistas*

1.- En su opinión, ¿Cree que el criterio de periodistas deportivos influye en el comportamiento de aficionados en el país?, si así fuera, ¿Cómo estos juicios pueden llegar a alterar la línea editorial de un espacio televisivo?

2.- En la actualidad, ¿Considera que afecta la objetividad de un periodista deportivo el ser hincha de algún equipo del medio?


3.- En su momento, ¿Ha recibido malos comentarios por parte de usuarios en redes sociales por realizar un tuit o publicación que no haya sido del agrado de los mismos?, De ser así, ¿Cómo ha sobrellevado estos casos?

4.- A través de su experiencia, ¿Cómo se debería manejar, sin perder objetividad, la interacción con el público en las diferentes redes sociales durante una programación en vivo?

5.- ¿Piensa usted que el miedo a la reacción de los “prosumidores” determina los lineamientos en la opinión de periodistas de la cadena Gol TV?

*Anexo 2 Ficha del entrevistado Daniel Navas*

Daniel navas actualmente trabaja como Panelista y productor del programa Debate Fútbol, en DirecTV Sports y Radio Diblu. También es presentador del noticiero conexión DirecTV, panelista del programa Cabina 14, relator de partidos de fútbol en ambas cadenas.

	<b>Datos del participante</b>	<b>Descripción</b>
	Nombre completo	Daniel Navas
	Profesión	Periodista
	Empresa donde trabaja	Direc TV Sports
	Cargo	Panelista y productor

*Anexo 3 Ficha del entrevistado Sttfano Dueñas*

Sttfano Dueñas es redactor de los deportes en Diario Expreso desde el 2013, también trabaja como comentarista deportivo en Radio Diblú y también es panelista en De Una de Marca90.

	<b>Datos del participante</b>	<b>Descripción</b>
	Nombre completo	Sttfano Dueñas
	Profesión	Periodista
	Empresa donde trabaja	Diario Extra
	Cargo	Redactor de deportes

*Anexo 4 ficha del entrevistado Cristian Morales*

Cristian Morales actualmente trabaja como comentarista deportivo en la cadena internacional ESP-Star Plus. Trabajo en medios deportivos como el Canal del Fútbol; Liga Tv; Fútbol Bohemio; Relato Ecuador y Ego Digital.

	<b>Datos del participante</b>	<b>Descripción</b>
	Nombre completo	Cristian Morales
	Profesión	Periodista
	Empresa donde trabaja	ESP- Star Plus
	Cargo	Comentarista

Anexo 5 Ficha del entrevistado Christian Xavier Flores Hinostroza

Christian Xavier Flores Hinostroza trabaja en Diario Expreso en la sección deportiva. Trabajó en Diario La Calle de Guayaquil en el año 2008. Estudió periodismo en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

	<b>Datos del participante</b>	<b>Descripción</b>
	Nombre completo	Cristian Flores
	Profesión	Periodista
	Empresa donde trabaja	Diario Expreso
	Cargo	Redactor



**1.- En su opinión, ¿Cree que el criterio de periodistas deportivos influye en el comportamiento de aficionados en el país?, si así fuera, ¿Cómo estos juicios pueden llegar a alterar la línea editorial de un espacio televisivo?**

Por supuesto que influye. En los últimos tiempos se han evidenciado cómo varios análisis y opiniones relativas con determinado jugador o entrenador crearon un clima adverso contra los protagonistas del espectáculo. Muchas veces circunscribiéndose únicamente a determinados movimientos y jugadas de un partido, y sin conocer la historia completa. Quizás aquel partido analizado no fue el de mejor rendimiento por alguna lesión o situación que no se pudo evidenciar jamás. Los que se vanaglorian diciendo que únicamente “analizan lo que pasa en la cancha” y no conocen la historia completa alrededor de un deportista, cometen un craso error periodístico al emitir una opinión.

Auténticas cruzadas periodísticas se vieron por parte de cierto sector de los comentaristas deportivos en contra de jugadores de la selección ecuatoriana, como Pervis Estupiñán, Enner Valencia, Jeremy Sarmiento y el mismo entrenador Gustavo Alfaro, generando animadversión por parte del público en contra de los mencionados, y sin conocer el contexto completo de sus decisiones y jugadas.

**2.- En la actualidad, ¿Considera que afecta la objetividad de un periodista deportivo el ser hincha de algún equipo del medio?**

Ser hincha de un equipo no debería ser un problema para un periodista deportivo profesional. El problema ocurre cuando el tener afición por determinado equipo influye en el trabajo que desarrolla. En Argentina hay periodistas que son confesos hinchas de cuadros del mismo país y pese a aquello no pierden objetividad al analizar al resto de planteles y

determinadas coyunturas. No se trata de ser hincha, el problema es que el hincha participe en el trabajo que se hace.

**3.- En su momento, ¿Ha recibido malos comentarios por parte de usuarios en redes sociales por realizar un tuit o publicación que no haya sido del agrado de los mismos?, De ser así, ¿Cómo ha sobrellevado estos casos?**

En mi caso particular, decidí dejar de publicar opiniones y lecturas de juegos y deportistas porque evidencí que los criterios siempre generan desagrado en cualquier sector del público. Además, porque he evidenciado que existen trollcenters y campañas coordinadas que crean y usan cuentas sin nombres propios, con pocos posteos, de creación reciente y sin fotos de personas reales, todo con el fin de atacar determinados periodistas (como yo) y generar odio contra determinados comunicadores, jugadores y entrenadores.

Cuando tengo una opinión relativa a un tema, prefiero dejar establecida una pregunta para que la gente opine, en lugar de emitir un criterio propio. Por ejemplo, usar “¿qué opinión tienen sobre el trabajo en balones detenidos de la selección?”, en lugar de postear “Ecuador ha demostrado una mejoría en sus jugadas a balón detenido en ataque”.

El resto del tiempo, en mis cuentas me he dedicado a la información, acudiendo a fuentes y datos estadísticos, en lugar de emitir criterios que sé que van a generar criterios negativos de parte de cuentas troll creadas desde un lugar que ya está identificado.

**4.- A través de su experiencia, ¿Cómo se debería manejar, sin perder objetividad, la interacción con el público en las diferentes redes sociales durante una programación en vivo?**

La experiencia, sobre todo televisiva, me ha enseñado que para manejar interacción con el público en redes sociales durante un programa lo mejor es hacer encuestas a pedir opiniones. Dejar preguntas de si-no o de opciones múltiples para que el público pueda escoger lo que cree, en lugar de pedir una opinión abierta respecto de un tema. De todas maneras, y a pesar que en Debate Fútbol (programa que produzco en DirecTV Sports Ecuador) usualmente usamos encuestas, los televidentes también se dan tiempo para emitir comentarios que también son publicados en nuestro programa.

**5.- ¿Piensa usted que el miedo a la reacción de los “prosumidores” determina los lineamientos en la opinión de periodistas de la cadena Gol TV?**

Más que el miedo a la reacción de los prosumidores, los lineamientos en la opinión de los periodistas de GolTV está marcado por el miedo a la reacción de los clubes y la organización que les dio los derechos de transmisión del Campeonato Nacional. Evitan exponer los errores y maximizan aciertos de determinados equipos/entrenadores/dirigentes en clubes que los respaldan y les dan beneficios (como exclusividad en entrevistas y filtración de datos exclusivos), y por contraparte exponen errores y crean cuestionamientos contra entidades/técnicos/jugadores de instituciones que no les dan beneficios (como la selección nacional).

**6.- ¿Cree que los comentarios de panelistas y narradores del canal Gol TV han sido el motivo de la migración del público a otros medios de transmisión?**

Muy probablemente la falta de calidad en el trabajo presentado crea la migración. Pero también existe una marcada tendencia por parte del público de intentar tener una segunda opción, si se quiere más “terrenal”. A pesar de tener una buena calidad en transmisiones internacionales de Champions League, la gente busca tener al mismo tiempo otra reacción, como las que genera el “kun” Agüero, Ibai Llanos, DJ Mario, entre otros, que reaccionan durante juegos importantes del torneo. En buena parte, la falta de calidad en el producto que se presenta por parte de la cadena que tiene al fútbol ecuatoriano motiva la migración, pero también existe una marcada tendencia mundial de tener una segunda opción, muchas veces al mismo tiempo de la transmisión principal.

Anexo 7 entrevista a Stefano Dueñas

**1.- En su opinión, ¿Cree que el criterio de periodistas deportivos influye en el comportamiento de aficionados en el país?, si así fuera, ¿Cómo estos juicios pueden llegar a alterar la línea editorial de un espacio televisivo?**

--Definitivamente. Los periodistas que están frente a un micrófono, pantalla o una computadora influyen en el pensamiento en torno a un tema o determinado deportista. Normalmente, la libertad de criterios no define la línea editorial de los espacios, por último, si están ahí en X programa es porque buscan persona con ese tipo de comentarios.

**2.- En la actualidad, ¿Considera que afecta la objetividad de un periodista deportivo el ser hincha de algún equipo del medio?**

--Normalmente, todos los periodistas deportivos, sobre todo especializados en fútbol. fueron hinchas en su momento de un equipo de esta disciplina. Dicho esto, creo que haber sido hincha no te priva de dar un comentario con objetividad. Sin embargo, en su mayoría, cada comentario u opinión es subjetiva, salvo que sea algo que pueda analizarse con un reglamento en la mano, ahí predomina la letra fría.

**3.- En su momento, ¿Ha recibido malos comentarios por parte de usuarios en redes sociales por realizar un tuit o publicación que no haya sido del agrado de los mismos?, De ser así, ¿Cómo ha sobrellevado estos casos?**

--Sí, pasa mucho y los he manejado con calma. Primero, uno como periodista profesional tiene que estar a la altura a la hora de manifestarse en una red social como Twitter. Segundo, mi criterio no siempre tiene que agradarle a todo el mundo y, tercero, no me sirve de nada pelear con alguien para imponer mi punto de vista, por algo está la libertad de expresión y opinión. Simplemente no le respondo a nadie, estén o no de acuerdo conmigo.

**4.- A través de su experiencia, ¿Cómo se debería manejar, sin perder objetividad, la interacción con el público en las diferentes redes sociales durante una programación en vivo?**

--Nosotros, en el programa De Una, manejamos de una forma bastante profesional nuestra interacción con la audiencia. Hay mensaje que están a la altura del debate y se repasan con la mesa y hay otros que simplemente son para fastidiar a alguien y ahí tenemos que marcar una línea, de respeto para nuestro trabajo y las otras personas que nos acompañan del otro lado.

**5.- ¿Piensa usted que el miedo a la reacción de los “prosumidores” determina los lineamientos en la opinión de periodistas de la cadena Gol TV?**

--Los prosumidores es un término vanguardista que mezcla a los productores y consumidores, y creo que cuando alguien da una opinión, sea cual sea el medio, no creo que esté pensando en que, los que lo escuchan o miran, la acepten. Como dije antes, los medios que tienen en sus programaciones a determinados talentos son porque están a fin de su línea editorial.

**6.- ¿Cree que los comentarios de panelista y narradores del canal Gol TV han sido el motivo de la migración del público a otros medios de transmisión?**

No consumo el contenido de Gol TV, pero si creo que la gente tiene derecho a tener un mayor abanico de opciones a la hora de buscar un producto tan masivo como el fútbol.

**1.- En su opinión, ¿Cree que el criterio de periodistas deportivos influye en el comportamiento de aficionados en el país?, si así fuera, ¿Cómo estos juicios pueden llegar a alterar la línea editorial de un espacio televisivo?**

El criterio que emitimos las personas que estamos inmiscuidas en el campo del periodismo deportivo influye, sin lugar a dudas, en el accionar y actuar de los aficionados al fútbol. Un ejemplo de ello viene a ser cuando nos referimos como “una batalla sin tregua” para definir el Clásico del Astillero que se jugará el próximo fin de semana, o cuando mencionamos que será un partido de “vida o muerte”, si bien es cierto algunos aficionados lo pueden entender como metáforas, pero hay otro grupo de aficionados que lo pueden mal interpretar y pueden trasladar, las mencionadas metáforas, al campo de la gresca o pelea entre aficionados.

Me parece casi que imposible que los juicios emitidos, tanto por el periodismo como por los aficionados, influya en la línea editorial de un espacio, en este caso, televisivo. Más bien, percibo que las líneas editoriales de programas, más que nada online o digital, lo que buscan es eso, que los aficionados, que los periodistas utilicen la línea de confrontación, de show para captar más “sintonía”, más que nada por su nivel de polémica que por el contenido informativo o de opinión que tenga el espacio.

**2.- En la actualidad, ¿Considera que afecta la objetividad de un periodista deportivo el ser hincha de algún equipo del medio?**

Antes que nada, habría que discutir qué entendemos por objetividad y si la misma existe o no, ya que, desde el campo académico, para mí no existe el concepto de objetividad, por tanto, no se la puede aplicar.

Si bien es cierto, hoy en día, ha crecido la idea de establecer un concepto digno de estudiar que es el “periohincha”, es decir una persona que hace periodismo deportivo pero que

está identificado con una camiseta, principalmente, de equipos del medio. Para mí, existe una línea muy delgada que hay que saberla manejar, ya que el hecho de tener fuentes informativas dentro del Club (sea cual sea el equipo) en muchas ocasiones puede llevarte a que la entrega de información se vea concebida como “yo te entrego información del equipo a cambio de...”. Hay que saber criticar cuando las cosas están mal y alabar cuando las cosas se las hacen bien, pero lo que si no debe estar presente es el tratar de congratularse ni con los dirigentes, ni con los aficionados sino tratar de cumplir con una de las aristas del periodismo que consiste en informar u opinar sobre hechos que ameritan ser informados y no caer en un adulismo hacia el equipo o dirigentes.

**3.- En su momento, ¿Ha recibido malos comentarios por parte de usuarios en redes sociales por realizar un tuit o publicación que no haya sido del agrado de los mismos?, De ser así, ¿Cómo ha sobrellevado estos casos?**

Me pasa casi siempre. En redes sociales tienes un público muy diverso y lo que publicas gustará a cierta cantidad de tus seguidores, pero también, no puede gustar a otro porcentaje. También, uno tiene que hacer mea culpa cuando se equivoca y tuitea cosas que no son. Me pasó una vez que tuitié que en el partido Liga de Quito vs Emelec, que se jugaba en época de pandemia, se estaba fabricando un campeón por los errores que, supuestamente, tenía el arbitraje en ese partido. Esa publicación me afectó mucho, más que nada, en el campo laboral, ya que en ese momento estaba trabajando con Óscar Portilla, periodista identificado con LDUQ, y las reacciones fueron desde que me saque del medio en el que estaba hasta, algunos, deseándome la muerte. Son experiencias que te ayudan a crecer en la parte profesional y que te dejan muchas más enseñanzas que cuando haces las cosas, supuestamente, bien. En este caso puntual, me afectó a tal punto que tuve que desconectarme de las redes sociales por unos cuantos días, no observar nada de lo que me escribían, ya que empezó a afectarme en lo



personal que incluso llegué a temer por mi vida. Ha pasado el tiempo y ahora lo tomo más normal cuando me atacan o atacan a lo que yo escribo en redes. El ignorar los comentarios ofensivos o los que no aportan a la discusión, los ignoro y listo, pasan.

**4.- A través de su experiencia, ¿Cómo se debería manejar, sin perder objetividad, la interacción con el público en las diferentes redes sociales durante una programación en vivo?**

Volvemos al punto de la objetividad y lo podríamos discutir más detenidamente, pero no es el espacio. Considero que la interacción en un programa, con el público, es fundamental, ya que te permite conocer otros puntos de vista, casi siempre, distintos a los que manejan los comunicadores y que yo lo considero como aporte al programa. Muchas veces, los comunicadores, estamos en una burbuja y consideramos que somos dueños de la verdad, ¿cuál verdad? Mi verdad; y no consideramos al otro que puede tener, y de hecho contará con su verdad. Hay que saber filtrar también las famosas interacciones, ya que existen muchos desocupados que lo único que hacen es buscar, a través de la patanería, que los comunicadores caigamos con saludos patanes o malcriados, principalmente.

**5.- ¿Piensa usted que el miedo a la reacción de los “prosumidores” determina los lineamientos en la opinión de periodistas de la cadena Gol TV?**

No es mi estilo hablar bien o mal de colegas o cadenas televisivas, ya que cada uno tiene su nivel de profesionalismo y sabe cómo manejarse. La reacción de los “prosumidores”, como los mencionas, no influye en lo absoluto en la opinión que generan los colegas de GOLTV. Percibo que, a ellos, más bien, les gusta que las personas no estén de acuerdo con el trabajo que ellos realizan. A mi parecer, aplican el principio de que “hablen bien o hablen mal pero que hablen”. Hay un número importante de críticas, de lo que se puede ver en redes

sociales, pero no ha afectado en lo más mínimo en el trabajo que realiza el medio y, menos aún, en los colegas que trabajan en el medio mencionado. Por otro lado, habría que analizar el grado de crecimiento profesional y de reconocimiento de la gente hacia los colegas que, desde mi punto de vista, ha crecido exponencialmente, a pesar de ser criticados por el trabajo que realizan.

**6.- ¿Cree que los comentarios de panelistas y narradores del canal Gol TV han sido el motivo de la migración del público a otros medios de transmisión?**

Los consumidores tienen variedad de alternativas para informarse sobre el deporte que nos apasiona. Y también, el hecho que tengas una nueva alternativa para transmisiones como Star Plus permite que el aficionado pueda escoger tal o cual comentarista o narrador que se apegue a mi gusto. Nunca vas a poder contentar a todo el público, eso debemos tenerlo muy claro. Y, al parecer, no tengo como comprobar la hipótesis, pero ciertos comentarios regionalistas o malas narraciones serían los puntos álgidos para que la ciudadanía busque otros narradores y comentaristas que se apeguen más a mis gustos. Es muy subjetivo el tema, ya que para unos los colegas de GOLTV pueden ser los mejores del planeta, pero para otros son los más malos del planeta. Y como te dije, no es posible contentar a todos o la única forma tendría que ser en que cada partido se busque periodistas afines a la una y a la otra camiseta para que los hinchas se pongan contentos.

**1. En su opinión, ¿Cree que el criterio de periodistas deportivos influye en el comportamiento de aficionados en el país?, si así fuera, ¿Cómo estos juicios pueden llegar a alterar la línea editorial de un espacio televisivo?**

Personalmente, y de acuerdo con la experiencia de estar ejerciendo el periodismo deportivo por alrededor de 14 años en medios impresos, no creo que el criterio de un profesional de la información influya en el comportamiento del receptor, sino más bien que amplía el espectro de su pensamiento. Pese a ello, no deja de ser menos cierto que hoy en día las personas no tienen el concepto de buscar diferentes voces para poder formar un criterio general, de ahí que la labor como comunicador es informar de la manera más objetiva posible, exponiendo pros y contras para satisfacer de mejor manera el pensamiento que al final el aficionado forma.

**2.- En la actualidad, ¿Considera que afecta la objetividad de un periodista deportivo el ser hincha de algún equipo del medio?**

No podemos olvidar que un periodista o cualquier persona cuya opinión se refleja en los medios de comunicación, es un ser humano común y corriente, con fijaciones o preferencias por cualquier corriente o en este caso equipo de fútbol, de ahí que no es un pecado ser hincha. Lo realmente importante es saber manejar esa "afición", ya que al escribir o aparecer en cualquier medio se convierte en un líder de opinión, cuya voz tiene más resonancia, y al expresarse a favor de tal o cual preferencia, primero el medio es mal visto e inmediatamente catalogado con los colores del equipo, mientras que el periodista pierde su objetividad pues será señalado por ser "hincha".

**3.- En su momento, ¿Ha recibido malos comentarios por parte de usuarios en redes sociales por realizar un tuit o publicación que no haya sido del agrado de los mismos?, De ser así, ¿Cómo ha sobrellevado estos casos?**

Personalmente no, sin embargo, sí he visto que colegas, especialmente comentaristas de fútbol, son atacados. Eso es común, siempre va a ocurrir. Y es que las redes sociales son para eso, para escuchar al receptor, conocer su voz, de ahí que el profesional de la comunicación deberá tener eso claro al momento de leerlos, y de contestar, retraerse de ofensas o insultos.

**4.- A través de su experiencia, ¿Cómo se debería manejar, sin perder objetividad, la interacción con el público en las diferentes redes sociales durante una programación en vivo?**

Precisamente manteniendo eso: la objetividad. Limitarse a hablar sobre los resultados existentes, en base a ellos y, en caso de ser algo negativo o malo, fundamentarse en información que sirva de contexto y que den soporte a esa opinión.

**5.- ¿Piensa usted que el miedo a la reacción de los “prosumidores” determina los lineamientos en la opinión de periodistas de la cadena Gol TV?**

Hoy en día los medios de comunicación deportivos se han visto abocados a desarrollar programas diferentes, para públicos específicos, en la que el debate de opinión de forma resonante, efusiva es la clave. Bajo este concepto, existen profesionales que además de periodistas desarrollan un papel en ciertos programas, pese a que ese no sea su estilo.

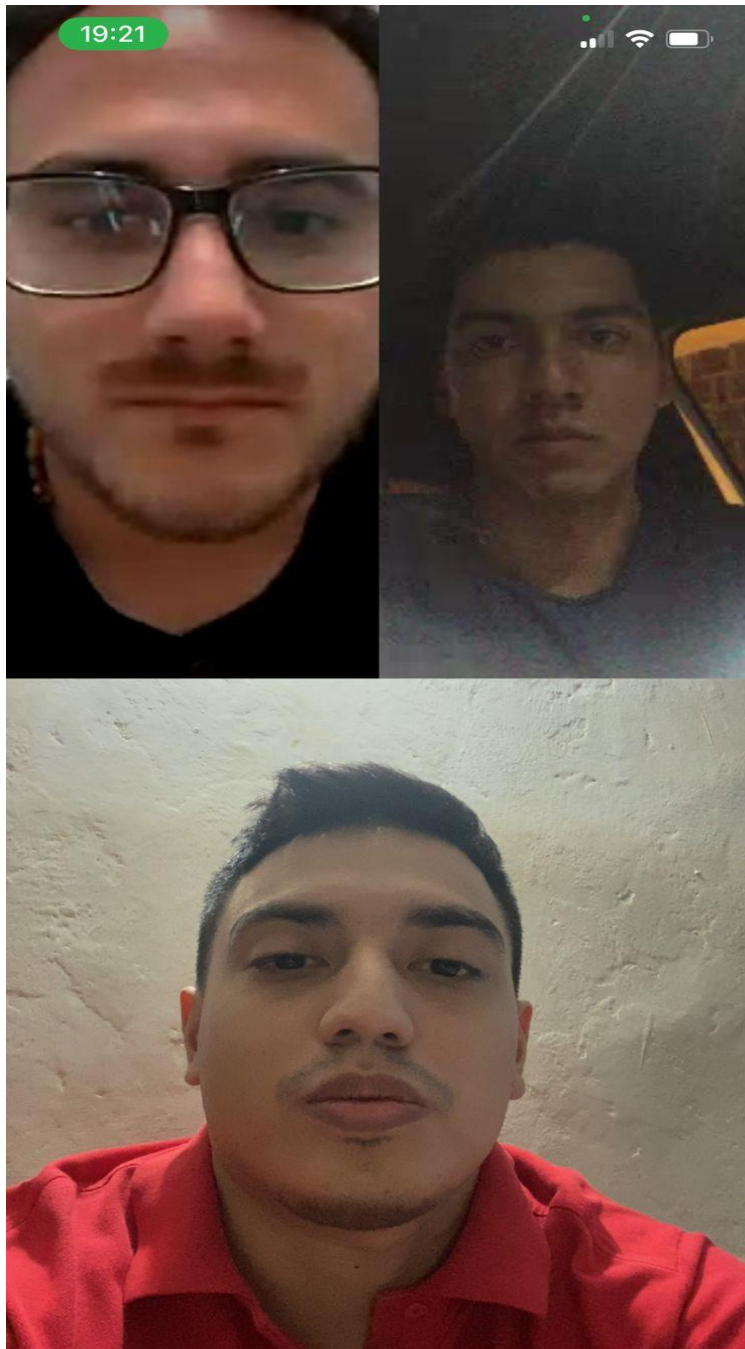
**6.- ¿Cree que los comentarios de panelistas y narradores del canal Gol TV han sido el motivo de la migración del público a otros medios de transmisión?**

No lo creo, hoy en día hay programa para todos. Lo que sí creo es que se ha afectado a los periodistas que participan de estos paneles de debate, su credibilidad y objetividad ya quedan mal vistos.

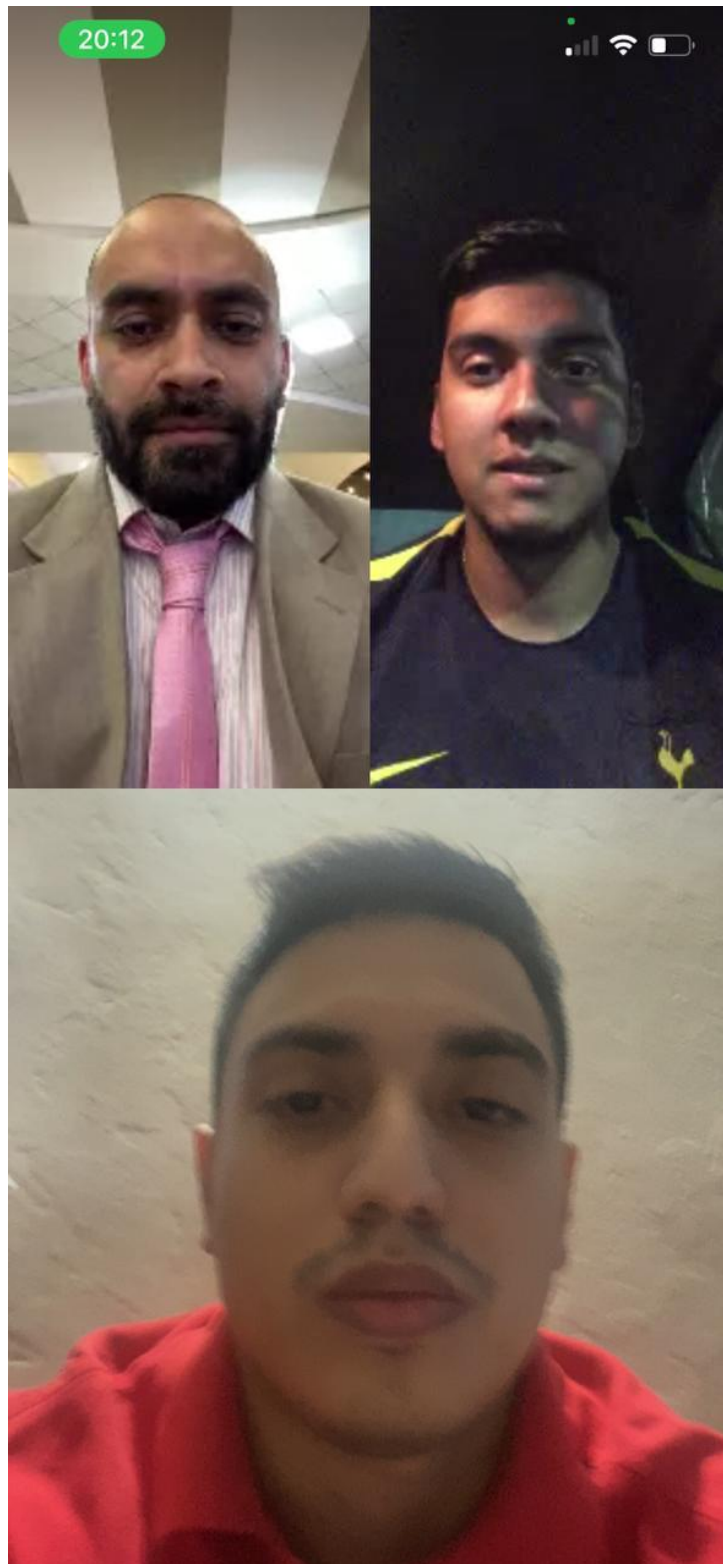
Anexo 10 Video llamada con el periodista Daniel Navas



Anexo 11 Video llamada con el periodista Sttfano Dueñas



Anexo 12 Video llamada con el periodista Cristian Morales





Anexo 13 Video llamada con el periodista Christian Xavier Flores Hinostroza

