



Año 25 No. 3
Número especial, 2020

Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES



Estrategias de comunicación en periodismo deportivo en el Ecuador

San Lucas Vanegas, Richard Iván¹
Tolozano Lapierre, Michelle Stefanie²
León Espinoza, Ivonne Priscilla³

Resumen

El presente artículo científico tiene como objetivo describir las estrategias de comunicación utilizadas actualmente en el periodismo deportivo realizando, además, una comparación con las utilizadas en el pasado. Para lo cual se identificaron los medios de comunicación más utilizados y/o con mayor aceptación para promover el deporte; así como, se describió el estilo de los narradores deportivos más destacados en la ciudad de Guayaquil, especialmente, y algunos referentes a nivel nacional. La metodología fue de tipo descriptiva y documental haciendo una revisión de artículos científicos, textos bibliográficos y medios electrónicos, tales como portales de noticias, blog, páginas web y redes sociales. La información recolectada permite afirmar, que el periodismo deportivo que se realiza en estos tiempos se caracteriza por hacer uso del espectáculo o show para diferenciarse unos de otros narradores, al compararse con el estilo de los narradores de hace 20 o 30 años, los de ahora demuestran falta de profesionalismo y poco conocimiento de los temas culturales y sociales, además de mostrar un dejo hacia la lectura y la cultura general. Las estrategias de comunicación actuales resaltan el deporte como un espectáculo lucrativo, más allá de la importancia de esta disciplina en el desarrollo humano y social de un país.

Palabras clave: periodismo deportivo; estrategias de comunicación; medios de comunicación; espectáculo deportivo.

Recibido: 20.11.19 Aceptado: 20.04.20

¹ Master En Marketing, Secretario De Edición De La Revista Identidad Bolivariana, Docente Investigador Titular Del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano De Tecnología Guayaquil-Ecuador. Orcid: <https://Orcid.Org/0000-0003-0271-1116> .Email: risanlucas@Bolivariano.Edu.Ec

² Master En Marketing, Decana De La Unidad De Transporte Y Vialidad. Directora De La Escuela De Conduccion Conduce Ecuador, Docente Titular Del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano De Tecnología Guayaquil- Ecuador. Orcid: <https://Orcid.Org/0000-0003-1503-074x> Email: mtolozano@bolivariano.edu.ec

³ Ingeniera En Gestión Empresarial Internacional, Directora de Talento Humano, Docente Titular del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano De Tecnología Guayaquil- Ecuador. Orcid: <https://Orcid.Org/0000-0002-6977-320x> Email: ileon@bolivariano.edu.ec

Sports journalism in Ecuador. Communication strategies, past and present

Abstract

This scientific article aims to describe the communication strategies currently used in sports journalism, also making a comparison with those used in the past. For this, the most widely used and / or widely accepted means of communication to promote sport were identified; as well as the style of the most outstanding sports narrators in the city of Guayaquil, especially, and some national references were described. The methodology was descriptive and documentary type, reviewing scientific articles, bibliographic texts and electronic media, such as news portals, blog, web pages and social networks. The information collected allows us to affirm that the sports journalism that is carried out in these times is characterized by making use of the show or show to differentiate oneself from other narrators, when compared to the style of the narrators of 20 or 30 years ago, those of today They demonstrate a lack of professionalism and little knowledge of cultural and social issues, in addition to showing a hint of reading and general culture. Current communication strategies highlight sport as a lucrative spectacle, beyond the importance of this discipline in the human and social development of a country.

Keywords: Sports journalism; communication strategies; mass media; sports spectacle

1. Introducción

El periodismo como fuente de entretenimiento ha encontrado en el deporte su mejor aliado, una gran aceptación por la acción deportiva, inicialmente por el fútbol, el atletismo, el box, generó en los diferentes medios de comunicación, tanto impresos como audiovisuales, secciones y espacios, compartidos o especializados, referidos al deporte.

Desde el siglo XVIII hasta nuestro tiempos la relación deportes-comunicación se fue perfilando, los encuentros deportivos en los barrios o en las diferentes comunidades, poco a poco, se fue convirtiendo en noticia de interés para muchos, con salvas

diferencias con los eventos de mayor trascendencia, de lo local a lo nacional, los medios entendieron que promover los encuentros deportivos era necesario; pero, además, requería de profesionales especializados, de esta manera surgieron los narradores y periodistas que con su desempeño impregnaron el ejercicio profesional, en este sentido, "la cobertura del deporte fue ganando espacio porque se veía un crecimiento en sus participantes y además el lector exigía que se tratara temas deportivos debido al buen desempeño que había en las diferentes competencias" (Paredes y Sierra, 2011: 27)

En la actualidad, las formas de narrar no son las mismas, las audiencias no son iguales, preexisten los medios

de comunicación masivos y los nuevos medios, consecuentemente, la manera de interactuar con las audiencias ha cambiado. Alrededor del deporte existen escándalos o acciones que empañan su desempeño, al margen de esto, el deporte es un fuente de entretenimiento y de interés para una gran audiencia, de allí su presencia en la esfera pública a través de los medios masivos.

No obstante, el ejercicio de la profesión periodística también se ha visto en la necesidad de acentuar su desempeño tomando en cuenta las audiencias; las tecnologías de información, como medios alternativos y novedosos; las variables culturales, la línea editorial y el emprendimiento de muchos periodistas que de manera independiente logran alcanzar a un gran número de seguidores. Adicionalmente, surge la iniciativa, en Ecuador, en otros países es obligatorio desde hace tiempo, de impulsar la titulación de los profesionales del periodismo como un requisito para ejercer.

El periodismo deportivo, en el pasado y en el presente, tiene importantes diferencias, razón por la cual, este artículo busca a través de una investigación descriptiva y documental describir las estrategias de comunicación utilizadas en el periodismo deportivo, realizando, además, una comparación con las manejadas en el pasado; identificando para ello los medios de comunicación más utilizados y/o con mayor aceptación para promover el deporte; así como, relatando el estilo de los principales narradores deportivos en la ciudad de Guayaquil, especialmente, y algunos referentes a nivel nacional.

La metodología utilizada para abordar la investigación consistió en la revisión de artículos científicos, textos y/o trabajos de investigación, blog,

páginas webs y portales noticiosos; a partir de la información obtenida se procedió al análisis y comparación de las características más resaltantes relacionadas con el objeto de estudio.

2. Periodismo y deporte. Pasado y presente

El ejercicio del periodismo se relaciona con la capacidad que tiene un profesional de buscar, investigar, tratar y redactar información de interés social, esta puede estar relacionada con la política, la cultura, la economía, el deporte, entre otras áreas. La condición necesaria para la construcción de una noticia, es el interés que esta pueda generar entre los usuarios de los diferentes medios de comunicación, su impacto y trascendencia.

Un periodista entonces es un profesional de la comunicación que satisface la necesidad humana de saber qué pasa en su localidad, en su país, en el mundo; de conocer los hechos, declaraciones y reflexiones de interés público, también es importante indicar que la obligación del periodista es proporcionar información veraz y oportuna, con el fin de servir de forma integral y honesta. De este profesionalismo depende la credibilidad del periodista y el conocimiento que aporta para el desarrollo del país.

El manejo de la información, es decir, el profesionalismo con el cual es tratada la noticia de acuerdo al abordaje periodístico: informativo, interpretativo y/o investigativo, estará sujeto al estilo del periodista, y más aún, al estilo del medio que presente la noticia, en este sentido, los medios de comunicación tradicionales, la radio, la televisión y el medio impreso, se han caracterizado por la cobertura variada de información, y por

destinar espacios o secciones al deporte como área de interés para muchos, lo que permite, consecuentemente, atraer a una importante audiencia o usuarios de los medios.

Desde el género informativo surge; la noticia, la entrevista, la documentación y el reportaje; específicamente, “la noticia es el género más utilizado en el periodismo y consiste en relatar hechos actuales (...). La entrevista es un diálogo entre entrevistador y entrevistado, sirve para obtener información detallada sobre alguien o sobre algún tema”. (Maldonado, 2018: 66). Por otro lado, el género de opinión, reflejo de la subjetividad del periodista abarca: los artículos, los editoriales, las columnas de noticias y comentarios.

En tanto, el género interpretativo, se evidencia en la crónica, el reportaje y la entrevista, siendo la crónica deportiva “El género donde el lenguaje del deporte adquiere toda su grandeza y personalidad” (Naranjo, 2011:78). Los diferentes géneros periodísticos están presentes también en el periodismo especializado, es decir, adaptan su forma a la cobertura de fuentes sociales, deportivas, científicas y hasta de sucesos, entre otras.

Por otro lado, aparece un nuevo género llamado la previa deportiva, que sirve para contar una historia futura y Román (2015:210) extiende la definición y explica lo siguiente “la Previa Deportiva es un nuevo género a caballo entre la noticia y la crónica, pero con la peculiaridad de contar un hecho que sucederá en el futuro y no en el pasado como los géneros mencionados” (Maldonado, 2018: 66)

El periodismo deportivo, como periodismo especializado, es una vertiente con gran aceptación y audiencia a nivel mundial, este se ha venido

desarrollando convirtiéndose en un espacio fijo en los diferentes medios, sus orígenes, en Sur América, se remontan al siglo XVIII en países como Argentina y Chile, a través de la cobertura y narración de deportes como el Pato y la cacería de zorros, respectivamente (López y López, 2009).

Más adelante, la aparición de clubes deportivos puso en evidencia la necesidad de promover las actividades que llevaban a cabo, razón por la cual, surge la cobertura periodística de los eventos deportivos, principalmente los relacionados al fútbol; no obstante, en Ecuador el fútbol aparece muy tardíamente, inicialmente, se promocionaron los eventos relacionados con el atletismo y box, consecuentemente, nace la ‘Revista Deportiva’, primera publicación en Ecuador dirigida al público amante del deporte (López y López, 2009)

El año 1920 fue un buen tiempo para el periodismo deportivo gracias al auge de fútbol barrial, el box, la natación, como eventos que trascendieron las fronteras de Ecuador; a propósito, la radio se sumó a la promoción de los deportes y más adelante la televisión convirtiéndose en el medio preferido para sintonizar eventos deportivos, tanto, regionales, nacionales o internacionales. En el año 1992, el antiguo Congreso Nacional declaró el 5 de enero como el día del Periodista Ecuatoriano, en honor al prócer de la Independencia. Antes, en 1860, se había fundado el Diario El Telégrafo, el primer periódico de circulación Nacional (Carrión, 2015)

De esta época dorada surgen tres de los más reconocidos narradores deportivos de Ecuador, Pancho Moreno, Blasco Moscoso y Carlos Efraín Machado; no obstante, también destacaron otras figuras, tales como:

Reina Flores Contreras, famosa en los años 50 y 60, no solo por sus grandes condiciones para el deporte, sino también por ser la primera mujer multideportista⁴ y por ser la primera en incursionar en el periodismo deportivo, convirtiéndose en un referente importante por su profesionalismo y valores éticos, en la radio la acompañaba Manuel “Chicken” Palacios Offner, otro periodista deportivo destacado por sus originales comentarios publicitarios (Paredes y Sierra, 2011).

Vale traer a la memoria la fundación, en 1945, del círculo de periodistas deportivos del Ecuador como un logro para los profesionales empíricos que cubrían en ese momento la fuente deportiva, además, de establecerse como un ente regulador de las actividades relacionadas: “Es un organismo que agrupa a periodistas deportivos que laboran en diversos medios de comunicación sean estos diarios, radioemisoras, o televisión; fue fundada el 23 de febrero de 1945 en la ciudad de Guayaquil por los siguientes periodistas deportivos: Dr. Francisco Rodríguez G., Manuel Eduardo Castillo, Ralph del Campo, Alfredo Arias, Rafael Guerrero Valenzuela, Ernesto Terán, Humberto Salinas, Luis Hungría, Paco Villar Balladares, Miguel Jordán; sus estatutos fueron aprobados en la ciudad de Quito en 1946; cuenta con la afiliación internacional a la Confederación Panamericana de Periodistas Deportivos, a la Asociación Internacional de Prensa Deportiva, a la Confederación Bolivariana de Periodistas Deportivos” (Astudillo, 2012).

Pablo Hannibal Vela Córdova fue uno de los primeros narradores

deportivos, mejor conocido en el ambiente como ‘El Rey de La Cantera’, se destacó por su voz ronca, así como, su estilo polémico y de enfrentamiento entre colegas, su carrera de 60 años la hizo aupando al Barcelona Sporting Club (García, 2015)

Por su parte, Ecuador Martínez Collazo, se destacó en la narración deportiva y se inmortalizó al gritar el gol que dio ganador al Barcelona Sporting ante el equipo de Estudiantes de la Plata de Argentina en 1971, evento conocido como ‘la hazaña de la Plata’. Su impecable trayectoria lo hizo destacar como el mejor en su estilo. Inició su profesión en CRE Satelital en 1948 y tiempo después se convirtió en símbolo del Sistema de Emisoras Atalaya de la ciudad de Milagro, de donde fue oriundo.

Continuando, Carlos Efraín Machado, periodista deportivo que vivió el fútbol desde la cancha, como jugador de los equipos Atahualpa y España no conforme con ello ‘invadió’ los espacios radiales ganándose el apodado de ‘El maestro del fútbol’ y ‘La voz del Pueblo’, también destacó por sus dichos y el acento quiteño, su comienzo en 1965 fue posible gracias al programa ‘Mundo Deportivo’ de radio Tarqui, donde laboró diez años, para luego adquirir una emisora propia, hasta el 2006 pudo hacerse cargo de los micrófonos que tuvo que abandonar por motivos de salud. Popularizó la frase ¡Bendita Pelota! (Paredes y Sierra, 2011).

Otro destacado periodista, fue Rafael Guerrero Valenzuela, quien se desempeñó en dos áreas, la política y el periodismo. Fue alcalde de Guayaquil (1947-1950) y

⁴ Multideportista; deportista de varias disciplinas.

posteriormente, gobernador del Guayas en dos ocasiones, una en 1988 y otra en 1997. Sin embargo, su desempeño periodístico fue más extenso, entre otros logros, fundó Radio CRE en 1940, creó el Círculo de Periodistas Deportivos del Guayas y también la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER) en 1946 (Burbano y de la Torre, 1989).

Manuel Palacios Offner, fue uno de los protagonistas del periodismo deportivo de mediados del siglo XX. Palacios se consagró primero como deportista multifacético. Integró la Liga Deportiva Estudiantil y así formó el primer equipo de baloncesto en Ecuador, practicó el polo acuático y obtuvo la primera victoria internacional de un equipo ecuatoriano en 1932, una vez jubilado del deporte destacó con su programa Cocktail Deportivo, logrando un reconocimiento y aceptación por parte de su audiencia que avalaban los comentarios que tuviera la firma de este periodista, la frase 'Chicken lo dijo', daba credibilidad a cualquier información.

Por su parte, Mauro Velásquez Villacís, es considerado por muchos como el más grande periodista deportivo que ha tenido el país, destacó tanto como redactor como autor de libros relacionados con el tema deportivo, al respecto, "las columnas que sostuvieron su fama fueron su honestidad profesional su indeclinable verticalidad, su respeto por la ética periodística" (El Universo, 2019). En general cada periodista y narrador deportivo, impregno al periodismo de Ecuador y en especial de Guayaquil una energía motivadora para hacer del deporte una fuente de interés informativo, cada uno, con su estilo, fueron moldeando el ejercicio profesional de las futuras generaciones.

Estos periodistas, marcaron un antes y un después en el periodismo

deportivo, especialmente en el fútbol, formaron un camino y sirvieron de ejemplo para muchos de los periodistas que hoy en día se desempeñan en los diferentes medios de comunicación, tanto impresos como audiovisuales. La vertiente periodística hacia la cobertura deportiva resulta de gran interés, al respecto, el deporte no sólo se constituye actualmente como el producto informativo de mayor interés colectivo y éxito social en la mayoría de los lugares, sino que además ha sido capaz de expandirse y evolucionar forjando estrechos vínculos con la comunidad de habitantes a la que pertenece y se dirige, ya sea una ciudad, una región o un país (Rojas, 2014).

Conviene subrayar, que las secciones que reseñan los deportes son de gran interés para los medios de comunicación, siendo, en su momento, una fuente de innovación y diversidad en la cobertura noticiosa y convirtiéndose, en la actualidad, en un pilar fundamental para cualquier medio. En el caso de Ecuador, destaca el protagonismo del fútbol, como el deporte que ha conseguido mayor cobertura tanto de la prensa, como del resto de los medios (Maldonado, 2018).

Asimismo, en cuanto a su capacidad de innovación, el periodismo deportivo, desde el punto de vista informativo, puede catalogarse como tradicional, tomando en cuenta que el género que prevalece aun es la crónica, "la crónica continúa siendo para muchos la principal demostración –si no la única– de lo que significa el ejercicio informativo aplicado a deportes" (Domínguez, 2009); a pesar de que, en lo comercial, el deporte ha sabido imponerse como un espectáculo de gran productividad, podría entonces aseverarse que su rol de entretenimiento ha sido desarrollado

con mayor ahínco.

Puntualmente, Maldonado (2018: 44-45), hace referencia a este estilo del periodismo deportivo como resultado de una entrevista realizada a Andrés Luna Montalvo, docente universitario y comunicador. No hay mucha profesionalización. El periodista deportivo se resignó en buena parte a ser un promotor de eventos, a ser un crítico del juego, pero no a hacer periodismo. Creo que el periodista deportivo debe entender que antes de ser deportivo es periodista y el periodismo debe comprender los diferentes escenarios políticos, sociales, culturales. Entonces si el periodista deportivo solo trabaja a manera de crónica es porque solo lo hace con los elementos que tiene a su mano no hay nada más, entonces forma parte de una profesionalización escasa que le impide ver más allá del juego, ver más allá de 90 minutos de un partido de fútbol.

Acorde con lo referido, Carrión (2006), apunta que no hay profesionales en esta área que tengan un título de tercer ciclo, adicional al hecho de que no están haciendo uso eficiente de las tecnologías de información, por ejemplo, creación, mantenimiento y promoción de un blog sobre deporte, que sería un espacio ideal para el trabajo periodístico; por lo demás, la autora considera que los periodistas deportivos son pocos proactivos y versátiles, tan cierto lo anterior que existe "...cierto sector del periodismo de hoy, cuyo más 'famosos' exponente se ufanan públicamente de no haber leído nunca un libro y amenazan con no hacerlo jamás" (El Universo, 2019)

Vale desatacar que históricamente y por su característica el periodismo deportivo ha estado más relacionado con el entretenimiento, los eventos que

cubre, sean estos, juegos, competencias u otros asuntos relacionados, son de por si entretenidos, consecuentemente, este estilo particular es un estigma que genera menosprecio en otras áreas del periodismo; no obstante, ha prevalecido la visibilización de lo atractivo, del espectáculo, sobre todo por las implicaciones de la publicidad y su impacto. El deporte, y las empresas relacionadas, se configuran como los grandes patrocinantes de los medios de comunicación masivos (Maldonado, 2018; Domínguez, 2009)

Hecha esta salvedad, otra de las críticas que se hacen alrededor del periodismo deportivo apuntan a la necesidad de aumentar la calidad, de mejorar los estilos periodísticos incorporando la opinión y lo interpretativo, prestar mayor atención a las audiencias, estudiar el entorno del deporte que se pretende narrar y resguardar la calidad de las noticias. Sobre todo, atendiendo a la volatilidad de las redes sociales que tienden a ser ligeras en el tratamiento de la información prevaleciendo la premura antes que el contenido, en este sentido, el periodista debe cuidar el manejo de información, sin descuidar las características del medio pero asegurando la objetividad y veracidad de la información. (Molina, 2009)

De igual manera, lejos de ser un simple narrador de estadísticas, el periodista deportivo debe concebir una interpretación de los hechos, estudiar la interacción social que compone esta gran muestra, investigar sus organizaciones o instituciones: la economía de los equipos, la sociología del hincha, el comportamiento de las masas televisivas, su globalización o glocalización, su influencia en la sociedad que los vive como propios (Molina, 2009)

Por todo esto, ser un periodista deportivo, no es tan sencillo como se cree, es un trabajo responsable, dedicado, de riesgo, al mismo tiempo, divertido, apasionante y gratificante; con detractores y defensores; en fin, con suficientes justificativos para formarse como un buen periodista deportivo, no solo por el prestigio que conlleva la actividad, sino por la influencia que se puede ejercer en las audiencias, principalmente, en los jóvenes, y por la preparación que exige estar dispuesto a constantes desplazamientos y a trabajar durante los fines de semana en las transmisiones, sacrificando el descanso y la vida familiar.

3. Medios de comunicación y cobertura deportiva

La Ley Orgánica de comunicación de Ecuador (2013) define en su art. 5 a los medios de comunicación social, según: Art. 5.- (...) se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Más adelante, en su art. 78.1, la ley estipula los objetivos de los medios públicos y señala en el apartado d) "Ofrecer contenidos educativos, culturales, deportivos y de recreación que contribuyan e incentiven hábitos de vida saludables" (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

En este sentido el Estado prevé la existencia de los medios de

comunicación, y por demás conviene otorgarles una responsabilidad social que involucra la incorporación del deporte como una actividad que el sano esparcimiento, no obstante, dicho objetivo ya estaba siendo cumplido por los diversos medios masivos desde mucho antes de la aprobación de la ley, vale decir, la incorporación del deporte a los medios de comunicación se inició con la cobertura de eventos como: "el hipismo, el jai alai, el ciclismo, las regatas y el boxeo. Con la peculiaridad de que las crónicas se enfocaban más en el público asistente que en el desarrollo del espectáculo" (Molina, 2009), tendencia que fue abandonada para dar paso a la especialización, y como ya se ha advertido en párrafos anteriores, en Ecuador, el fútbol, como deporte popular, adquirió relevancia y atención por parte de los medios masivos desde muy temprano.

Al respecto, Paredes (2011) indica, desde entonces, el fútbol fue ganando lugar en los medios hasta el punto de que hoy en día ocupa el 90% de los espacios en la información deportiva, designando sólo un 10% a los otros deportes. Por otro lado, como fuente de información y entretenimiento los medios de comunicación han ido evolucionando y adaptándose a las nuevas formas de comunicación que imperan en el mundo. En la actualidad, los medios tradicionales, por antonomasia prensa, radio y televisión, se han visto en la necesidad de revisar su interacción con las audiencias, su manera de llegar a los espectadores y la orquestación con otros medios para lograr su vigencia y permanencia, en este sentido, las tecnologías de información son utilizadas para potenciar los efectos que ya lograban los medios masivos, en cuanto a alcance y cobertura, añadiendo,

la posibilidad de interactuar y obtener *feedback* de los usuarios de los medios.

Adicionalmente, la alternancia en el uso de los medios garantiza una mejor cobertura, así como, una mejor integración de las estrategias de comunicación utilizadas para promover bienes y servicios, entre estos, eventos deportivos; no se puede obviar, el matiz comercial que el deporte genera en los *mass medias*, gracias a los patrocinantes, es posible su existencia y en una relación recíproca, medios-anunciantes/patrocinantes-clientes, se encuentran beneficios conjuntos. “Los medios se han desarrollado en torno al deporte, y gracias a su tecnología, el deporte se ha hecho global” (Molina, 2009).

Consecuentemente, los deportes, en general, dejaron de ser eventos aislados, locales o regionales, en especial el fútbol, para convertirse en un tema de interés nacional e internacional, razón por la cual, medios impresos y audiovisuales, dieron mayor atención a los asuntos deportivos, no solo cubriendo los juegos, sino, además, informando sobre la vida de los deportistas, asuntos generales sobre los clubes y equipos, así como de sus administraciones, por demás, casos de corrupción también se convirtieron en tema de opinión pública gracias a la exposición a los medios.

Tal es el caso de Fifagate en el cual se denunciaron casos de corrupción en los que estaban involucrados el ex presidente de la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF), Luis Chiriboga. Este tema cubrió las primeras páginas de los diarios ecuatorianos (Maldonado, 2018:70).

No hay duda, de que las tecnologías de información han impactado en la evolución, no solo del deporte, sino de infinidad de acciones

del hombre; la masificación de la información y la posibilidad de interactuar de manera inmediata en eventos que suceden en cualquier lugar del mundo, ha hecho posible la masificación de la educación, el entretenimiento, la cultura y, por supuesto, el deporte. A nivel mundial, los grandes eventos deportivos son generadores de altísimas sumas de dinero por concepto de publicidad y patrocinio, razón por la cual, resultan sumamente atractivos para cualquier medio de comunicación.

Actualmente, el avance de la comunicación satelital permite que cada vez más gente tenga acceso a los eventos mundiales y a las ligas internacionales de manera instantánea, que los aficionados posean mayor información y que por lo tanto tengan una opinión más construida sobre el deporte y sus componentes. (Molina, 2009)

En este siglo XXI, no solo los periodistas, todo profesional y todos los ciudadanos pueden opinar y expresar sus opiniones tal como lo dice la Constitución de la República del Ecuador del año 2008 y la ley orgánica de Comunicación (2013), que consiste en promover la libertad de expresión en el país, se crearon nuevos espacios de información con atributos de calidad, veracidad y cercanía a toda la ciudadanía, pero no todos los programas o espacios para el deporte tienen calidad, son programas que se hacen populares por discriminar, insultar en vivo a jugadores, planteles de fútbol, dirigentes e incluso con sus oyentes o televidentes.

Ahora bien, el uso de las redes sociales, marca un nuevo impulso al periodismo deportivo, la interactividad y la rapidez con la que se mueve la información, hace necesario la capacitación y la profesionalización en

el manejo apropiado de estos nuevos medios que demandan proactividad, buen dominio de la palabra escrita, de lo visual y de los recursos tecnológicos. Adicional, no debe limitarse a las redes sociales, existen otros espacios virtuales como los blogs, los portales noticiosos y páginas web que, bien trabajados, son ideales para promover los deportes y desempeñar el ejercicio periodístico de manera independiente.

En otro orden de ideas, el mercado de medios de comunicación en Ecuador es vasto; a pesar de que en los últimos años, luego del mandato del Presidente Correa y la promulgación de la ley Orgánica de Comunicación (2013), se redujo, siguen existiendo gran cantidad de medios radiales, impresos y televisoras:

Los medios más influyentes están en las áreas metropolitanas de Quito (Sierra) y Guayaquil (Costa). Casi el 95% de los medios está en manos privadas. Los principales actores de los medios ecuatorianos son los grupos El Universo (medios gráficos, radio y televisión), El Comercio (medios gráficos y radio) y Fidel Egas (medios gráficos y televisión). Desde 2007, el Gobierno de Rafael Correa invirtió mucho dinero en la fundación de medios públicos o estatales (Ecuador TV, el periódico El Telégrafo, la Radio Pública del Ecuador, la agencia de noticias Andes). (Gehrke, Lizarazo, Noboa, Olmos y Pieper, 2016: 7)

Otro aspecto de gran interés está relacionado con la formación de los periodistas, antes de la Ley de Comunicación (2013) la gran mayoría de periodistas son resultado de un ejercicio empírico; no obstante, se hace necesario la cientificidad en el ejercicio razón por la cual la ley contempla que a partir del año 2019 para poder ejercer el periodismo en los medios es necesario obtener un

título universitario, al respecto,

La calidad de la formación universitaria de los periodistas en Ecuador es objeto de severas críticas. Por un lado, los periodistas afirman que la formación periodística les da poca preparación práctica a los estudiantes para el ejercicio posterior de la profesión y que los docentes carecen de experiencia periodística y de conocimientos sobre la metodología necesaria. Por otro lado, los docentes critican que la mayoría de los estudiantes carece de estímulos y es demasiado exigente con el material de lectura, investiga poco, no es consciente de los esfuerzos que conlleva la profesión y concibe el periodismo solo como una posibilidad para alcanzar la fama. (Gehrke et al, 2016: 7)

Lo anterior resulta sumamente importante, razón por la cual, es necesario hacer un análisis más profundo, seguramente en otro trabajo de investigación, sobre el ejercicio del periodismo en el Ecuador, tomando en consideración los efectos de la Ley Orgánica de Comunicación (2013)

4. Estrategias de comunicación. Pasado y presente

La comunicación periodística implica tener la capacidad de hacer llegar un mensaje a otro de manera eficiente, en este sentido, el dominio de un medio de comunicación implica no solo poder hablar a través de ese medio, sino también con la capacidad que tiene un locutor, narrador o periodista de conectarse con su audiencia.

En este sentido, influye la versatilidad con la cual se maneja un espacio y se logra adaptara las nuevas audiencias y sus preferencias,

vale mencionar, como ejemplo, una anécdota a raíz de la narración de la primera copa mundial de fútbol (2002) en la que participó Ecuador para lo cual escogieron a los mejores narradores del momento, la sociedad ecuatoriana no soportó esas transmisiones, tanto es así que fueron los reclamos permanentes en los medios impresos. (...) un Ecuador que ya clasificó al mundial necesitaba transmisiones para televisión más sofisticadas, y los mejores periodistas considerados en la época no estuvieron a la altura del desafío, de esta manera la final de ese mundial 42 (Brasil vs Alemania) la terminó transmitiendo un jovencito Jaime Antonio Alvarado, un desconocido pero que tenía ritmo, otra dinámica, otro lenguaje. (Maldonado, 2018:41-42)

Lo anterior, sirve de ejemplo para describir la importancia de la comunicación, el cómo se dice, resulta tan impactante como el qué se dice, es por ello, que la estrategia de comunicación debe estar acorde a las audiencias, es necesario, prestar atención al entorno, analizar la forma de hablar de los usuarios de los medios, para poder generar un conexión, esto implica conocer cuándo y dónde leen, cuando se conectan, escuchan radio o ven televisión, las respuestas a estas preguntas deben alimentar la estrategia comunicacional que debe ser atractiva y diferente para impactar.

Al respecto, le corresponde comprender al periodista especializado es el lenguaje que utiliza, entender por qué se relaciona el habla del entorno actual a la descripción del deporte. Cómo los cánticos deportivos permean la política y dan una clara imagen de la autointerpretación colectiva de un pueblo, como el "sí se puede" mexicano, que sólo refleja el condicional inferior

que se tiene en el país. (Molina, 2009)

Conviene aseverar que el periodismo deportivo, como otras áreas de especialización, tiene su propio estilo y ritmo, normas de juego y tecnicismo que están directamente relacionado con cada disciplina, no necesariamente un periodista deportivo maneje todas las especialidades con experticia, aun siendo lo ideal para lograr una verdadera sinergia con el público, más aun cuando se trata de información útil, actualizada que impacte positivamente en las audiencias.

No es necesario discutir la particularidad de las estrategias de comunicación que en el periodismo deportivo son necesarias, el lenguaje debe ser emotivo y racional, alegre y motivador a la vez, particularmente, en el caso de la palabra escrita, debe permitir al lector imaginar y comprender los hechos narrados de manera dinámica y fácil, sin lugar a dudas el medio impreso, requiere de un mayor esfuerzo para capturar y mantener la atención del lector, cumpliendo con la responsabilidad de informar, educar y entretener al mismo tiempo (Maldonado, 2018).

Asimismo, la radio también exige de un estilo apropiado para lograr a través de la narración oral entretener, informar y acompañar a los radioescuchas, captando su atención y logrando su atención por tiempo prolongado, en tanto la televisión, transporta a otro nivel, ya que la unión de lo visual y lo auditivo facilita la comprensión y captación del televidente; no obstante, recordando el ejemplo de la transmisión de la Copa Mundial, la voz y la imagen debe generar una conexión con la audiencia de lo contrario esta perderá el interés.

En general, el periodismo deportivo ha desarrollado un estilo

propio, se ha apoderado de espacios en todos los medios de comunicación, y más allá ha generado espacios propios e independientes aprovechando la aceptación y la gran audiencia que posee. Una de las características del discurso que se usa en el deporte es la influencia de otras culturas, en especial, la Norteamérica, (palabras como *crack*, *playoffs*, *stage*, etc.) y con influencia del argot militar (enemigo, contrincante, cañonazo, disparo, etc.). "...se utilizan mucho las metáforas, que ayudan a transformar al deporte en una historia, es decir, el evento no queda como una simplicidad, sino que se lo va transformando en una verdadera fábula que llama la atención del público" (Maldonado, 2018: 58).

En una entrevista realizada a Darwin Massuh, editor del diario El Comercio en ese año, se menciona lo siguiente: Antes el Periodismo Deportivo era puro Bla Bla, ahora nos encontramos con el rigor periodístico. Con la contratación de la información y mucha rigurosidad en la confrontación, investigación. Se cambió drásticamente la forma de hacerlo. Hay reportajes profundos, se intenta ver que hay más allá del deporte. Antes el reportero iba al partido y escribía de eso y ahí quedaba. Ahora hay historias humanas. Hoy incluso hay denuncias (Maldonado, 2018:70).

Relatar con disciplina es primordial en el fútbol, ya que es un deporte que mueve emociones en los casos de los narradores de fútbol por radio o televisión y ahora las plataformas digitales, son capaces llorar de emoción, acelerarte el corazón, llevarte al extremo de tener bravuras, decepciones y pueden llevar a los usuarios (oyentes) a realizar

manifestaciones corporales, o verbales de buena y mala manera.

Aguantar la presión de dirigentes y aficionados como respuesta a los comentarios o críticas que no comparten, es parte de la vida diaria de un periodista deportivo para algunos les da credibilidad, empatía y a otra resistencia, y en ciertos casos odio, es que el verdadero periodista deportivo sabe que sus palabras, comentarios pueden trasladarse por medio de una revista, prensa, radio o televisión a muchas ciudades del país y por ende alegrar o molestar el día de un aficionado.

Para Manfredi, Rojas y Herranz (2015)

"el periodista de hoy en día debe ser emprendedor no solo enfocarse en una rama sea esta, periódico, medios masivos, medios televisivos ellos están muy alejados del modelo Industrial. Se caracterizan por la primacía del ámbito digital (contenidos, aplicaciones) en detrimento de la estructura analógica (papel). Por último, se emplea intensamente la marca personal del periodista como motor de la promoción a través de las redes sociales".

Sin lugar a dudas, la definición de una estrategia comunicacional involucra también el medio de comunicación a utilizar, es por ello, que la escogencia de un medio también se puede convertir en un sello personal, sin necesidad de ser excluyente, el uso de un medio por encima de otros puede alcanzar un nicho de mercado descuidado, por ejemplo, hacer uso del twitter a la par de un medio masivo, agrega interactividad y un mayor alcance.

En conclusión, cada periodista debe tener un toque especial y distintivo, debe desarrollar su propia estrategia comunicacional o marca personal, posicionar con su branding⁵ en el

⁵ Branding; término mercadológico que significa marca de un producto o servicio.

ámbito deportivo. cuando un narrador o periodista es identificado por su estilo, la forma de hablar, el tono de voz, sus frases al comentar, saludar o despedir o cualquier otro atributo personal, genera un elemento diferenciador e impactante.

5. Reflexiones finales

El recorrido teórico por el tema permitió, en primer lugar, descubrir un nutrido volumen de trabajos relacionados, tanto a nivel de pregrado, posgrado, artículos científicos, noticias en portales, blogs y páginas web, es decir, resulta un tema apasionante y polémico, considerando algunas posiciones encontradas sobre el ejercicio del periodismo deportivo actual y el realizado en el pasado.

Las figuras más resaltantes del periodismo deportivo, particularmente en Guayaquil, se caracterizaron por ser personajes que demostraron dominio del deporte y también de la comunicación masiva, en su mayoría hombres con una larga trayectoria que culminó cuando fallecieron o por problemas de salud; algunos, además de ser periodistas eran, deportistas, abogados, entre otras profesiones, hombres con una amplia cultura general que se hicieron respetar y admirar por su intachable trayectoria. Solo una mujer destacó en ese mundo de hombres demostrando una gran capacidad y profesionalismo en su quehacer.

Sin lugar a dudas, cualquier individuo, indistintamente del género, puede incursionar en el periodismo deportivo; no obstante, no solo en esta disciplina sino en todas las especializaciones no basta con estar preparado teóricamente, es necesario,

poseer conocimientos generales sobre economía, sociedad, cultura, entre otros, que permita un verbo fluido y acorde con las demandas de las diversas audiencias. Desde lo instrumental, es conveniente el manejo apropiado de las tecnologías de información, las redes sociales, en especial, han impulsado una nueva manera de comunicar y de interactuar.

Aún persiste un reducido grupo de narradores reconocidos más como hinchas con micrófono; no obstante, sería injusto no reconocer que tienen audiencia y seguidores por su estilo; sin embargo, se alejan del deber ser desde la perspectiva profesional. La “espectacularización del espectáculo” (Domínguez, 2009) dista mucho de ser un ejercicio ético, se hace necesaria la investigación, la verificación de las fuentes y la discusión respetuosa y ética. En muchas ocasiones, las prácticas del periodismo deportivo se asemejan en demasía a la prensa rosa, en la cual los rumores son tratados como noticias debido al posible impacto comercial que se obtiene.

Cada Periodista intenta imponer su sello particular, existen personajes o figuras de la pantalla chica y radio que han conducido tantas transmisiones de partidos, tantas finales de fútbol que es imposible pasarlas por alto, posiblemente existan nombres que no parezcan de grandes periodistas deportivos, pero todos aportaron en algo y en diferentes momentos al ejercicio del periodismo deportivo, dejando su huella en la sociedad guayaca.⁶

Los narradores o periodistas deportivos del pasado, en comparación con los del presente, se diferencia por manejar un estilo florido, crecieron a la

⁶ Guayaca: mujer oriunda de la ciudad de guayaquil.

par de los medios y la cobertura deportiva, se destacaban en un medio particular, adicional, algunos fueron deportistas, otros políticos, o con profesiones paralelas, otros fueron reconocidos por su verbigracia, su amor por la lectura y su demostrable dominio cultural, no obstante eran profesionales empíricos, en la actualidad, los periodistas son formados en universidades, tiene que ser multiplataforma, tienen el reto de interactuar con sus audiencias, tienden a ser mas naturales, aun cuando, sin generalizar, necesitan un mayor dominio de temas variados y no solo del deporte.

El sensacionalismo en los diarios normalmente se expresa mediante titulares llamativos y expresivos en la mitad de los casos, siendo mínimo el uso de la información que no guarda relación con el deporte, las informaciones del ámbito privado de los protagonistas y aquellas en las que se menoscaba el honor o se emplea el insulto, aunque esta última práctica debería ser completamente erradicada en el ejercicio de una labor periodística profesional. Este uso amarillista se realiza para aumentar las ventas, equiparable otra vez con las actitudes poco serias y rigurosas de la prensa rosa.

Afortunadamente, lo anterior no es la generalidad, existen profesionales talentosos y respetuosos de sus audiencias que entienden que el ejercicio del periodismo deportivo requiere de mucha investigación y actualización, esta especialidad resulta competitiva, como tal, requiere de un profesional integral, claro con su estilo, con conocimiento de sus audiencias y del entorno, así como, del medio por el cual transmite, conscientes de responsabilidad social y dispuesto a trascender por su ética y profesionalismo en este sector tan competitivo. Consecuentemente, la

Ley Orgánica de Comunicación (2013), impacta positivamente en la formación profesional de los periodistas, tomando en cuenta que deben buscar un título universitario para ejercer en los medios de comunicación.

Referencias bibliográficas

- Astudillo, J. (2012). *Lauro historia del deporte ecuatoriano*. <https://url2.cl/IgA4a>
- Burbano, F. y de la Torre, Carlos. (1989). *El populismo en Ecuador*. Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS). Quito, Ecuador
- Carrión, F. (2006). El futbol, una pasión mediática, *Con sabor a gol, Futbol y Periodismo*. Editorial Flasco.
- Carrión-Salinas, G. (2015). Historia de la prensa escrita ecuatoriana en dos siglos: De la prensa religiosa a la liberal, un camino hacia la libertad. *Researchgate* , 94.
- Paredes, D. (2011). *Repositorio UIDE*. <https://url2.cl/BKuv2>
- Domínguez, J. (2009). Ensayo sobre la cuádruple espectacularidad del periodismo. *Razón y Palabra* , 10.
- García, A. (2015). *El 'Rey de la Cantero' llevó su histrionismo al cine*. Diario EL COMERCIO. <https://url2.cl/lzBkX>
- Gehrke, M., Lizarazo, N., Noboa, P., Olmos, D. y Pieper, O. (2016). Panorama de los medios en Ecuador Sistema informativo y actores implicados. *Media Development STUDIES*. <https://url2.cl/wyTYG>
- Rojas, J. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de

- futuro. *Correspondencias & Análisis*, 4, 177-190.
- Ley Orgánica de Comunicación, (2013). *Registro Oficial N° 22/2013. Ley Orgánica de Comunicación*. <https://www.alainet.org/es/active/64749>
- López, A. y López, M. (2009). Primeros apuntes de la historia del periodismo deportivo en Argentina. Buenos Aires, TPD1 2009
- Maldonado, D. (2018). *Periodismo deportivo y prensa escrita: Análisis de contenido de las notas de portada de los días lunes de El Telégrafo y El Comercio desde un enfoque de calidad periodística*. Universidad Tecnológica Equinoccial. Ecuador. Disponible en: <https://url2.cl/2CEZ2>
- Manfredi, J., Rojas, J., & Herranz de la Casa, J. (2015). Periodismo emprendedor. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70.
- Molina, J. (2009). Periodismo deportivo 3.0. *Razón y Palabra*, 14(69).
- Naranjo, A. (2011). *Tratamiento de la información deportiva en la prensa: la crónica como género prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F. C. Barcelona*. Tesis doctoral, Universidad de Málaga, España.
- Paredes, D. y 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*. Universidad Internacional del Ecuador. Quito, Ecuador. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/478/1/T-UIDE-0444.pdf>
- Pérez, J., Santos, M. T., & Meso, K. (2015). Radio y redes sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 13.
- Paredes, D. y 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*. Universidad Internacional del Ecuador. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/478/1/T-UIDE-0444.pdf>
- Román San Miguel, A. (2015). La “previa deportiva” como género periodístico. Una mirada desde el ámbito profesional. *Fonseca, Journal of Communication*, (10), 203-219