

PONTIFICIA UNIVERSIDAD

CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN



Análisis del nivel de calidad informativa de la prensa deportiva escrita peruana durante la cobertura de los Juegos Panamericanos Lima 2019.

Caso: El Comercio, La República y Depor

Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Periodismo que presenta:

Santiago Henostroza Mendoza

Asesor:

Mario Angel Munive Morales

Lima, 2024

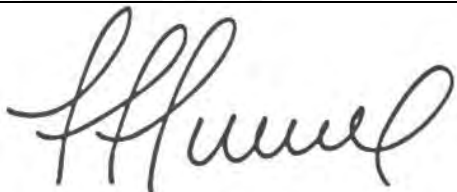
Informe de Similitud

Yo, **Munive Morales, Mario Angel**, docente de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulada

Análisis del nivel de calidad informativa de la prensa deportiva escrita peruana durante la cobertura de los Juegos Panamericanos Lima 2019. Caso: El Comercio, La República y Depor, del autor **Santiago Henostroza Mendoza**, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 21%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 12/04/2024.
- He revisado con detalle dicho reporte y la tesis, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 12 de abril de 2024

| | |
|---|--|
| Apellidos y nombres del asesor: Munive Morales, Mario Angel | |
| DNI: 06131989 |  |
| ORCID: 0000-0002-0095-0669 | |
| | Firma |

Agradecimientos

Con un cariño especial a mi familia, a mis padres y sobre todo a mi madre, quien ha sido la persona más importante en mi vida y que sacrificó todo por verme convertido en el profesional que soy ahora.

A mis abuelos, a los que me acompañan y a los que partieron, porque siguen guiando mis pasos. Sin ellos, no hubiera tenido la convicción y la pasión para continuar con esta investigación.

A mi novia, quien se ha convertido en mi compañera de vida. Ella me dio el apoyo, la motivación y el amor para no rendirme aun cuando las cosas se ponían realmente difíciles.

A mi tía y mentora, la catedrática María Mendoza Michilot, porque ha tenido un rol importante en mi vida académica. Es la persona y profesional por la que yo decidí estudiar esta hermosa, pero dura carrera.

A mi asesor, maestro, guía y amigo; con su apoyo y larga experiencia periodística me alentó a desarrollar esta tesis con la que esperamos hacer un aporte al estudio de la comunicación, gracias.

“El cielo es el límite”.

Resumen

Los Juegos Panamericanos celebrados en Lima en el año 2019 representaron un momento histórico y significativo del deporte nacional, ya que Perú nunca antes tuvo la oportunidad de albergar un evento deportivo de esta magnitud. En ese contexto, al periodismo deportivo nacional también se le presentó una ocasión para desarrollar una cobertura de altos estándares. El objetivo de este trabajo de investigación es establecer el grado de calidad informativa de tres periódicos impresos durante los Juegos Panamericanos Lima 2019.

Los diarios seleccionados para este estudio son *El Comercio* y *La República*, considerados medios de referencia nacional, y *Depor*, uno de los tabloides deportivos más leídos del país en la coyuntura analizada. La tesis parte del concepto de calidad y construye un modelo de análisis a partir del instrumento Valor Agregado Periodístico (VAP), que mide la calidad periodística en función de las variables proceso de selección y proceso de creación de la noticia. Una de las conclusiones de la investigación es que los medios analizados alcanzaron diferentes niveles de rigurosidad en la cobertura. Es el caso del periódico deportivo, que muestra los niveles más bajos de calidad informativa. La tesis reitera la utilidad del VAP, empleado en varias investigaciones para el análisis cuantitativo de contenidos periodísticos, y sugiere algunas líneas de investigación futuras.

Palabras clave: calidad informativa, Juegos Panamericanos Lima 2019, análisis de contenido, periodismo deportivo, modelo VAP

Abstract

The Pan American Games held in Lima in 2019 marked a historic and significant moment for national sports, as Peru had never before had the opportunity to host a sporting event of this magnitude. In this context, national sports journalism was also presented with an opportunity to develop high-standard coverage. The purpose of this research is to determine the level of informational quality of three print newspapers during the Lima 2019 Pan American Games.

The newspapers selected for this study are *El Comercio* and *La República*, considered national reference media, and *Depor*, one of the most-read sports tabloids in the country at the time analyzed. The thesis begins with the concept of quality and constructs an analytical model based on the Journalistic Added Value (VAP) instrument, which measures journalistic quality based on the variables of the selection process and the news creation process. One of the conclusions of the research is that the media analyzed achieved different levels of rigor in their coverage. This is the case with the sports newspaper, which shows the lowest levels of informational quality. The thesis reiterates the usefulness of the VAP, used in various studies for the quantitative analysis of journalistic content, and suggests some future lines of research.

Keywords: informational quality, 2019 Lima Pan American Games, content analysis, sports journalism, VAP model

Índice

| | |
|---|-----------|
| Introducción | 1 |
| 1. Planteamiento del problema..... | 5 |
| 1.1. Preguntas de investigación, hipótesis y objetivos | 12 |
| 1.2. Estado del arte | 13 |
| 2. Marco teórico..... | 25 |
| 2.1. Periodismo de calidad o Calidad Periodística..... | 25 |
| 2.1.1. Proceso de selección de la noticia y el <i>gatekeeper</i> | 28 |
| 2.1.2. Parámetros del proceso de selección..... | 31 |
| 2.1.3. Proceso de creación de la noticia y el <i>newsmaking</i> | 32 |
| 2.1.4. Parámetros del proceso de creación | 35 |
| 2.2. Periodismo deportivo, un alcance sobre el concepto y sus características | 36 |
| 2.2.1. Periodismo deportivo en los medios de comunicación | 40 |
| 2.2.2. El periodista deportivo | 43 |
| 3. Diseño metodológico | 46 |
| 3.1. Método de investigación e instrumento | 46 |
| 3.2. Universo y selección de la muestra..... | 48 |
| 3.3. Unidad de análisis | 49 |
| 3.4. Técnicas para recoger información | 50 |
| 4. Resultados | 53 |
| 4.1. Hallazgos preliminares..... | 54 |
| 4.2. Variables de calidad | 55 |
| 4.2.1. Variables descriptivas de identificación..... | 55 |
| 4.2.1.1. Cantidad de unidades noticiosas en los diarios..... | 56 |
| 4.2.1.2. Ubicación de las noticias en portada | 58 |
| 4.2.1.3. Ubicación de las noticias en página interior | 62 |
| 4.2.1.4. Extensión de las unidades noticiosas en la página del diario | 64 |
| 4.2.2. Variables del proceso de selección | 66 |
| 4.2.2.1. Indicadores del nivel de selectividad..... | 68 |
| 4.2.2.2. Indicadores del nivel de acceso | 76 |
| 4.2.3. Variables del proceso de creación | 82 |
| 4.2.3.1. Indicadores de estilo | 82 |

| | |
|---|------------|
| 4.2.3.2. Indicadores de contenido | 97 |
| Conclusiones | 103 |
| Recomendaciones | 109 |
| Referencias..... | 110 |



Índice de figuras

| | |
|--|-----|
| Figura 1 Número de piezas periodísticas por diario..... | 54 |
| Figura 2 Proporción de piezas periodísticas | 58 |
| Figura 3 Ubicación de la noticia en El Comercio | 62 |
| Figura 4 Ubicación de la noticia en La República | 63 |
| Figura 5 Ubicación de la noticia en Depor | 64 |
| Figura 6 Extensión de la noticia en El Comercio..... | 65 |
| Figura 7 Extensión de la noticia en La República..... | 65 |
| Figura 8 Extensión de la noticia en Depor..... | 66 |
| Figura 9 Tipo de noticia en El Comercio..... | 70 |
| Figura 10 Tipo de noticia en La República..... | 71 |
| Figura 11 Tipo de noticia en Depor | 71 |
| Figura 12 Origen de la información en El Comercio..... | 75 |
| Figura 13 Origen de la información en La República..... | 75 |
| Figura 14 Origen de la información en Depor | 76 |
| Figura 15 Tipos de fuentes consultadas en El Comercio | 81 |
| Figura 16 Tipos de fuentes consultadas en La República | 81 |
| Figura 17 Tipos de fuentes consultadas en Depor | 82 |
| Figura 18 Estructura narrativa en El Comercio | 87 |
| Figura 19 Estructura narrativa en La República | 87 |
| Figura 20 Estructura narrativa en Depor..... | 88 |
| Figura 21 Nivel narrativo en El Comercio..... | 90 |
| Figura 22 Nivel narrativo en La República..... | 90 |
| Figura 23 Nivel narrativo en Depor | 91 |
| Figura 24 Antecedentes de la noticia en El Comercio | 99 |
| Figura 25 Antecedentes de la noticia en La República | 99 |
| Figura 26 Antecedentes de la noticia en Depor | 100 |
| Figura 27 Observación periodística en El Comercio | 101 |
| Figura 28 Observación periodística en La República | 102 |
| Figura 29 Observación periodística en Depor..... | 102 |

Introducción

El 11 de octubre de 2013, se seleccionó a Lima como la ciudad anfitriona para los Juegos Panamericanos del año 2019. Por primera vez en la historia, Perú acogió el evento deportivo más destacado a nivel internacional -luego de los Juegos Olímpicos- entre el 26 de julio al 11 de agosto. Para el periodismo deportivo peruano, los juegos debieron ser la oportunidad más importante para ofrecer una cobertura periodística de alta calidad. Sin embargo, semanas antes del inicio de los Panamericanos se pudo apreciar la indiferencia de la mayoría de los medios por cubrir otras disciplinas deportivas que no sean el fútbol. Por ejemplo: el hockey sobre césped, el béisbol, el balonmano, entre otras. A pesar de los logros de los atletas peruanos en distintas disciplinas deportivas, la cobertura se centró en el fútbol porque es la preferencia de la audiencia. Si bien no es correcto que se hable solo de fútbol, el periodista Dan Lerner sostiene que “es natural”, y esto se debe a que “la finalidad de los medios no es necesariamente informar, sino generar dinero” (Calle, 2020). Salinas (2015), director del diario *Liberó*, complementa que “el fútbol acapara hasta un 80-90% los contenidos de los tabloides deportivo porque es lo que los lectores demandan” (p. 13). En otras palabras, buscan el entretenimiento y la diversión de sus audiencias.

Por ejemplo, en referencia a los medios de comunicación televisivos, solo un canal se encargó de promover la participación de la delegación peruana en los Juegos: Movistar Deportes. Este canal de señal por cable mostró un interés por generar contenidos en los cuales se pueda promover el rendimiento y competitividad de muchos de los deportistas peruanos que estuvieron en Lima 2019. *Entre Memes* y *#ModoSele* son algunos de los espacios televisivos que más apoyaron en la antesala del certamen -periodo conocido en el argot del periodismo

deportivo como “la previa” o introducción al programa central- a través de entrevistas a los representantes de la delegación nacional.

Movistar Deportes fue el canal oficial que transmitió y que se adjudicó los derechos televisivos de los Juegos Panamericanos y que, junto a Latina, fueron los únicos medios televisivos que generaron contenido en los cuales se informaba sobre la participación de los deportistas peruanos. Movistar Deportes, al ser el canal de televisión con los derechos totales, creó un canal especial en el que se transmitían las competencias las 24 horas del día (López, 2019).

Además de la televisión, otro soporte mediático que ofrece información deportiva con una frecuencia cotidiana es la prensa escrita. Un estudio hecho por CPI en el 2017, sobre la lectoría de diarios en Lima, indica que *El Comercio* era el tercer diario con mayor lectoría en Lima Metropolitana, mientras que *La República* se encontraba en el 9.º lugar (p. 4). Los índices de lectoría en las regiones ofrecían un panorama distinto. *La República* era uno de los cinco periódicos más leídos en Huaraz, Cusco, Arequipa y Chiclayo. Por su parte, *El Comercio* solo era uno de los cinco más leídos en Huancayo (CPI, 2017, p. 4). De acuerdo con otro estudio realizado por CPI (2017), sobre la lectoría de plataformas digitales de diarios más leídos en nueve regiones del país, *El Comercio* y *La República* lideran los rankings en seis regiones (Arequipa, Chiclayo, Cusco, Ica, Iquitos y Trujillo); en las otras tres regiones abordadas en el estudio (Piura, Huancayo y Chimbote) se ubican en la segunda y tercera posición, respectivamente. Estos estudios se difundieron dos años antes de los Juegos Panamericanos Lima 2019, por ello consideramos que resultan pertinentes para situar el contexto previo a este evento de envergadura y sin precedentes.

Ciertamente, el propósito de esta investigación académica es determinar el nivel de calidad periodística con el que tres medios impresos presentaron información a sus audiencias sobre los Juegos Panamericanos Lima 2019. Para ello, se escogieron diarios reconocidos como referentes en el país, *El Comercio* y *La República*, los cuales incluían al momento del análisis secciones deportivas y no suplementos o pliegos adicionales, como ocurrió años antes y luego después en algunos casos. Como señalan los índices de lectoría, si bien no son los medios impresos más leídos a nivel nacional, mantienen un prestigio que se ha sostenido con el pasar de los años. Asimismo, se optó por agregar al diario deportivo *Depor*, porque era uno de los más consumidos y uno de los líderes en su rubro antes del desarrollo los Juegos Panamericanos de Lima 2019, como refiere la encuesta de CPI del 2017, previa al evento deportivo (CPI, 2017). De esta manera, se buscó un contraste entre un diario netamente deportivo y los dos diarios considerados de referencia.

Cabe explicar que, en abril de 2023, según cifras de Comscore MMX Multi-Platform, *Líbero* lideraba el porcentaje de diarios deportivos impresos y, en segundo lugar, se ubicaba *Depor* (“*Líbero*, el sitio web deportivo más leído en Perú en abril del 2023, según Comscore”, 2023). Si bien este escenario se mantiene en la actualidad, en años anteriores a la pandemia, el tabloide perteneciente al Grupo El Comercio lideraba la venta de diarios deportivos. La última encuesta de lectoría de medios impresos en Lima Metropolitana, previo a los Juegos Panamericanos Lima 2019, hecha por CPI y publicada en marzo de 2017, determinaba que *Depor* era el diario deportivo con más lectores en la capital del país, lugar donde se desarrollaría la competición panamericana; entonces, *Líbero* no era el segundo diario deportivo con más lectores, sino que el ya extinto *El Bocón* (CPI, 2017). Por ello, si bien en los últimos años *Líbero* ha incrementado su nivel de lectoría, incluso por encima de *Depor*, no lo era durante el fenómeno de estudio de esta tesis, por eso el autor eligió al ya mencionado diario deportivo.

Esta tesis se ha basado en el modelo de análisis VAP (Valor Agregado Periodístico) de calidad informativa, pero con modificaciones y adaptaciones propuestas por el autor de la investigación. El VAP es un sistema métrico que permite evaluar el nivel de rigurosidad de los medios de comunicación al informar sobre la realidad. Este modelo se basa en la observación y la evaluación de variables atribuidas a dos momentos del proceso informativo: el proceso de selección y el proceso de creación (De la Torre & Téramo, 2009b).



1. Planteamiento del problema

Alonso Pahuacho remarca la recíproca dependencia que se establece entre la cobertura del fútbol como espectáculo y la rentabilidad que obtienen los medios de comunicación. En otras palabras, se trata de medios que “viven” del fútbol:

El deporte y los medios de comunicación tienen una relación simbiótica que se ha intensificado en las últimas décadas, puesto que ambos dependen cada vez más unos de otros para su respectiva prosperidad (rentabilidad económica, aumento de audiencias, ingresos por publicidad, etc.) (Pahuacho, 2018, p. 118).

La mediatización del deporte, o la simbiosis entre deporte y medios de comunicación, mencionada por este autor, también da lugar a un aspecto para analizar: el deporte como una industria del entretenimiento, diseñada para generar ganancias.

En la cobertura de eventos deportivos de gran magnitud, *El Comercio* y *La República* suelen ofrecer al lector una mayor diversidad de contenidos periodísticos, no solo notas informativas. Además de piezas periodísticas basadas en la elemental pirámide invertida, los lectores pueden encontrar entrevistas, informes, crónicas, reportajes, infografías y estadísticas. Dado que son diarios de referencia, poseen audiencias distintas a las de un tabloide dedicado únicamente al fútbol. Por lo tanto, la oferta de contenidos de un diario deportivo como *Depor* difiere notablemente en cuanto al uso de distintos géneros periodísticos y también en el tratamiento de la información.

El Comercio es el diario más antiguo y uno de los más influyentes de Perú. Manuel Amunátegui y Alejandro Villota, un periodista chileno y otro argentino que llegaron al país tras la independencia, fundaron el diario un 4 de mayo de 1839. *El Comercio* se caracteriza por su

línea editorial conservadora en lo político y liberal en lo económico. Su cobertura se enfoca en temas políticos, económicos, culturales y sociales. *El Comercio* pertenece al Grupo El Comercio, que posee otros medios de comunicación, como América Televisión, Canal N, *Gestión* y *Trome*. *El Comercio* ha sido testigo y protagonista de los principales acontecimientos históricos del Perú y del mundo a lo largo de 184 años. Ha informado sobre las guerras, las revoluciones, los gobiernos, las crisis, los avances científicos y tecnológicos, los desastres naturales, los eventos deportivos y culturales, entre otros temas. Además, *El Comercio* ha recibido varios premios y reconocimientos por su labor periodística¹.

Depor es un diario deportivo peruano que se fundó en el año 2009, como parte del Grupo El Comercio, uno de los grupos mediáticos de mayor relevancia en el país. Se enfoca principalmente en el fútbol nacional e internacional, aunque también cubre otros deportes como el vóley, el tenis, el básquet, el automovilismo y las artes marciales. *Depor* se diferencia de otros diarios deportivos por su estilo ágil, informativo, irónico y crítico, cualidades que lo han llevado a ser uno de los diarios deportivos preferidos por la audiencia. Nació como una redacción integrada que produce contenido para la versión impresa y digital. Su sitio web, www.depor.com, ofrece noticias actualizadas, videos, galerías, blogs, encuestas y redes sociales. Con su formato tabloide y un color verde distintivo asociado al fútbol, *Depor* ha logrado consolidarse en el mercado peruano gracias a su propuesta innovadora, dinámica y entretenida.

Por último, *La República* es un diario peruano, que, si bien es editado en la capital, cuenta con circulación nacional y llega a regiones como Arequipa, Iquitos o Chiclayo. Al igual que *El*

¹ Por ejemplo, en 2021 recibió el premio del Grupo de Diarios de América en la categoría Reportaje Noticioso por su investigación sobre presuntos pagos ilícitos al expresidente Martín Vizcarra. Recientemente, en 2023, *El Comercio* y el periodista Jaime Bedoya ganaron el premio SIP a la Excelencia Periodística en la categoría Opinión. En 2016, el diario ganó premios de diseño de The Society for News Design (SND).

Comercio, pertenece a un conglomerado mediático importante, en este caso, al Grupo La República Publicaciones, dueño del diario *El Popular* y el diario deportivo *Líbero*, además de otras publicaciones. Fue el ingeniero Gustavo Mohme Llona quien, en pleno proceso de transición democrática, fundó *La República* el 16 de noviembre de 1981, además de haber sido su director fundador y accionista mayoritario hasta su fallecimiento en abril del año 2000. En sus inicios, el diario tenía una línea editorial progresista, de tendencia que oscilaba entre la centroizquierda y la centroderecha, comprometida con la defensa de los derechos humanos, la justicia social, el Estado de derecho y la lucha contra la corrupción (“La República: Origen y madurez de un diario”, 2019).

A lo largo de la historia, el Perú fue la sede de más de quince eventos deportivos internacionales: La Copa América en seis ocasiones (1927, 1935, 1939, 1953, 1957 y 2004); los Juegos Bolivarianos en tres oportunidades (Lima 1947, Arequipa 1997 y Trujillo 2013); la Copa del Mundo de Voleibol Femenino en Lima y Trujillo (1982); los Juegos Sudamericanos de Lima en 1990; el Mundial Sub-17 de Fútbol en el 2005; el Mundial Femenino Sub-20 de Voleibol en 2011; los Juegos Bolivarianos de Playa en 2012 y los Juegos Sudamericanos de la Juventud en 2013. Ciertamente, es relevante aclarar que solo se han mencionado aquí los eventos más importantes (Portal Web de América Televisión).

La competición deportiva más relevante en todo el mundo son los Juegos Olímpicos. Este evento de envergadura global reúne a atletas profesionales de más de 200 países que luchan por alcanzar la gloria en sus respectivas disciplinas. Después de las Olimpiadas, los Juegos Panamericanos son los de mayor trascendencia, no solo por la cantidad de disciplinas y atletas participantes, sino también porque las marcas, puestos o victorias que obtienen los deportistas

que compiten en los Panamericanos son determinantes para que clasifiquen a los Juegos Olímpicos.

En 1951, la ciudad de Buenos Aires, Argentina, albergó los primeros Juegos Panamericanos de la historia. En aquella oportunidad, hubo 18 disciplinas deportivas en las que participaron 2512 atletas de 21 países. Desde entonces esta competición se ha realizado cada cuatro años, al igual que otros dos mega eventos, como los Juegos Olímpicos o el Mundial de Fútbol de la FIFA. Desde la edición de 1983, en Caracas, los atletas participantes en los Panamericanos aumentan en cada edición. La concentración en una ciudad de miles de atletas que provienen de 41 países requiere de una cobertura extraordinaria por parte de los medios. Para la prensa deportiva de los países anfitriones siempre será una oportunidad única de ofrecer al mundo una cobertura periodística de la más alta calidad.

Los Juegos Panamericanos de Lima 2019, según las declaraciones del presidente de Panam Sports, Neven Ilic, en la ceremonia de clausura, fueron los más grandes de la historia. En 2019, los Juegos Panamericanos congregaron en Lima a 6495 atletas -con un 46% de participación femenina- provenientes de 41 países que compitieron en 39 deportes y 61 disciplinas (hay deportes que cuentan con más de una modalidad). Además, la singularidad de los Juegos Panamericanos Lima 2019 radicó en la cantidad de espectadores que llevó a cada sede de competición. Según se especifica en la Memoria Institucional Lima 2019 (2020), en total fueron a las competiciones 549 mil 340 espectadores a lo largo de todo el evento deportivo. Tanta relevancia tuvo el evento en el exterior que el 59% de periodistas acreditados era del exterior.

Respecto al medallero general, Estados Unidos lo lideró con un total de 293 medallas (123 de oro), seguido de Brasil y México, países que acumularon 169 y 138 medallas, respectivamente.

Canadá, Argentina y Cuba se ubicaron en cuarto, quinto y sexto lugar; Colombia en séptimo, Chile en octavo y República Dominicana en noveno. Perú completó su mejor actuación en la historia de los Panamericanos y cerró el “top ten” del medallero con un total de 41 preseas (11 de oro), las que le permitieron volver a meterse dentro de las diez mejores delegaciones en la competición desde los Panamericanos de México 1975 (*Memoria Institucional Lima 2019: Los mejores Juegos Panamericanos y Parapanamericanos de la historia*, 2020).

Según el diario *La República*, que se basa en un estudio TGI de Kantar IBOPE Media Perú de 2018, a los peruanos les gustaba ver televisión (97%), tener contacto con publicidad exterior (98%) y leer periódicos (83%). Además, de acuerdo con la investigación, los niveles de confianza en los medios de comunicación eran los siguientes: televisión (61%), periódicos (52%), internet (45%) y radio con 44%. A pesar de las nuevas tecnologías que invaden a los centennials² y millennials³, la prensa escrita persistía en el tiempo como una fuente de información confiable para la sociedad peruana (“¿Cómo consumen medios los peruanos?”, 2018).

Es preciso señalar que se utiliza una encuesta del 2018 para hacer referencia al estado de la prensa peruana en el 2019, más no en el 2024, ya que el contexto cambió drásticamente tras la pandemia. Ciertamente, se debe hacer esta precisión, puesto que el fenómeno de estudio ocurre entre julio y agosto de 2019. Sin embargo, el autor tiene claro y reconoce que la situación actual de la prensa escrita cambió notablemente tras la pandemia, lo que produjo una caída vertical de los medios impresos.

² Los centennials son aquel grupo de personas nacidas entre 1997 y 2010.

³ Los millennials son aquel grupo de personas nacidas entre 1980 y 1996.

Al ser los Juegos Lima 2019 el evento deportivo más relevante que el Perú organizó en su historia resulta muy pertinente responder a las siguientes interrogantes: ¿Qué características básicas tuvo la cobertura informativa que ofrecieron de estas competencias los medios impresos locales? ¿Aprovecharon los medios impresos locales la oportunidad de los Juegos Panamericanos para ofrecer una cobertura de calidad? Estas son las interrogantes que esta tesis irá respondiendo paulatinamente a partir del análisis de contenido de los medios señalados.

Los mega eventos deportivos, como los Juegos Olímpicos y los Juegos Panamericanos, son una oportunidad para el país anfitrión, tanto a nivel deportivo, como en los planos cultural y económico. En el caso de la prensa escrita, la realización de los Juegos suponía una ocasión propicia para verificar si la prensa especializada en deportes era capaz de ofrecer contenidos de calidad periodística. Por ello, para este estudio es importante conocer cómo se llevaron a cabo las coberturas de los medios escogidos: *El Comercio*, *La República* y *Depor*. Es relevante conocer sus procedimientos y rutinas de reportería, cuántos periodistas deportivos acreditaron para la competición, los deportes a los que dedicaron más espacio, cuáles fueron los objetivos de los diarios mencionados como empresas periodísticas. Ciertamente, el número de notas publicadas de los medios impresos sobre los Juegos no es determinante para establecer si la cobertura periodística fue la más adecuada; eso lo determinarán los parámetros de calidad informativa.

Esta pesquisa busca demostrar que calidad no es igual a cantidad. Se puede hacer una cobertura enfocada en temas específicos y a la que se dedica espacios o tiempos acotados, pero con una calidad periodística notable. En sentido inverso, se puede publicar muchas notas informativas, pero con escaso valor noticioso y despojadas de profundidad y contexto. *El Comercio* y *La República* suelen publicar suplementos deportivos en este tipo de mega eventos, mientras que

Depor acostumbra a tener páginas dedicadas a un evento deportivo específico; por ejemplo, cuando se realiza una Copa América o un mundial de fútbol. Ahora bien, los resultados de esta investigación buscarán establecer si estos medios de prensa escrita desarrollaron una cobertura de calidad en los Juegos Lima 2019.

El autor de esta investigación, periodista de formación, fue parte del Servicio de Noticias de los Juegos Panamericanos como reportero de campo y redactor cuando cursaba su último ciclo académico en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Le tocó hacer la cobertura periodística de diversos deportes, entre ellos: ráquetbol, pentatlón moderno, boxeo y otros más. Fue parte de un equipo de más de 40 personas al servicio de todos los medios de comunicación. Conocer desde adentro el mega evento deportivo, dialogar y entrar en contacto con colegas de otros países, comprobar la rigurosidad de sus coberturas (distintas a las del periodismo local), entrevistar a campeones del mundo en sus disciplinas deportivas, son solo algunas de las razones que lo han motivado a llevar a cabo esta investigación, sobre la cual no se ha encontrado antecedentes en los repositorios de instituciones y publicaciones académicas del país.

1.1 Preguntas de investigación, hipótesis y objetivos

Pregunta general:

¿Cuál fue el diario que registró el nivel más bajo de calidad informativa durante la cobertura de los Juegos Panamericanos Lima 2019? Caso: *El Comercio*, *La República* y *Depor*.

Preguntas específicas:

Pregunta 1: ¿Cuáles fueron los parámetros de selección de noticias en *El Comercio*, *La República* y *Depor* durante la cobertura de los Juegos Panamericanos Lima 2019?

Pregunta 2: ¿Cuáles fueron las características de la creación de noticias en *El Comercio*, *La República* y *Depor* durante la cobertura de los Juegos Panamericanos Lima 2019?

Hipótesis:

La cobertura periodística del diario *Depor* durante los Juegos Panamericanos fue escasa y no cumplió con diversos parámetros del concepto de calidad informativa. Pese a que los diarios de referencia, *El Comercio* y *La República*, utilizaron una mayor cantidad de géneros periodísticos, sus coberturas también fueron de un nivel bajo-intermedio de calidad informativa y no estuvieron alineadas con los parámetros propuestos del instrumento de medición VAP (Valor Agregado Periodístico). Por lo tanto, si bien *Depor* tuvo una cobertura de baja calidad informativa, los diarios de referencia también siguieron el camino de la escasez y no ofrecieron una cobertura con niveles altos de calidad informativa durante los Juegos Panamericanos Lima 2019.

Objetivos de la investigación:

Objetivo general:

Determinar cuál fue el diario que registró los niveles más bajos de calidad informativa durante la cobertura de los Juegos Panamericanos Lima 2019. Caso: *El Comercio*, *La República* y *Depor*.

Objetivos específicos:

Objetivo 1: Identificar los parámetros de selección de noticias en *El Comercio*, *La República* y *Depor* durante la cobertura de los Juegos Panamericanos Lima 2019.

Objetivo 2: Identificar las características de la creación de noticias en *El Comercio*, *La República* y *Depor* durante la cobertura de los Juegos Panamericanos Lima 2019.

1.2 Estado del arte

Antes de julio de 2019, el Perú no había sido sede de una competencia tan importante como los Juegos Panamericanos. No hemos encontrado por ello investigaciones académicas sobre coberturas periodísticas y calidad informativa de eventos de esta envergadura. No obstante, el estado del arte o estado de la cuestión sobre el tema a investigar sí ha sido abordado con amplitud en otros países. Existen estudios que se enfocan en la cobertura de otras competiciones deportivas, como los Juegos Olímpicos de Río 2016 o los Paralímpicos de Londres 2012. Comentaremos estos trabajos más adelante. También encontramos una amplia literatura académica que define el concepto de calidad informativa y establece los parámetros de análisis para precisar los estándares que permitan clasificar las buenas y las malas prácticas periodísticas. A continuación, se presentará a los autores que han publicado trabajos

relacionados con nuestro tema de investigación, y que en adelante nos servirán como referencia en distintos capítulos de esta tesis.

Scherman y Mellado (2019) publicaron *La performance periodística en la cobertura deportiva: un estudio comparado de televisión, radio, prensa impresa y medios online en Chile*. A diferencia de los medios generalistas, los medios deportivos suelen experimentar otro tipo de procesos para la construcción de las noticias, y también otra manera de manejar fuentes e información. Ambos autores estudian cómo ve la sociedad al periodismo deportivo y sus limitaciones en el contexto chileno. Para su pesquisa seleccionaron medios impresos, radiales, televisivos y digitales: Las Últimas Noticias y La Tercera, en prensa escrita; El Mostrador y El Dinamo, en medios digitales; TVN y Chilevisión, en canales de televisión; por último, Cooperativa y Bío Bío, en radio. Este estudio se realizó con el objetivo de determinar el rol de los periodistas deportivos y el grado de rigurosidad de los medios de comunicación. Se compararon las coberturas de la sección Deportes con las de las secciones Política y Entretenimiento. La primera es la sección más formal y exhaustiva del periodismo chileno, mientras que la segunda tiene similitud con la sección Deportes. Este estudio permitió conocer cómo funciona el periodismo deportivo en Chile y el rol de reporteros, editores y directivos. Además, se evidenció una clara diferencia en la manera de informar sobre política y deportes.

El autor de esta tesis considera que Scherman y Mellado pudieron profundizar más en su investigación, ya que al realizar un análisis de contenido en el cual establecieron la cantidad de fuentes, la cantidad de información verificable y la rigurosidad del periodismo deportivo chileno, también pudieron haber identificado parámetros de calidad periodística teniendo en cuenta los estándares propuestos por autoras como De la Torre y Téramo que se han centrado en el proceso de selección de noticias y en el proceso de producción de las mismas.

Las autoras Lidia De la Torre y María Teresa Téramo, dedicadas al estudio de la calidad periodística, realizaron un estudio similar en Argentina, pero a diferencia de los investigadores chilenos, sí establecieron parámetros de calidad en las coberturas de los medios, lo cual enriquece el análisis y las conclusiones, tal como se busca hacer en esta investigación sobre la cobertura de Lima 2019. Las académicas argentinas se basaron en el modelo del VAP y dividieron su análisis de calidad periodística en el proceso de selección de noticias y el proceso de creación.

El modelo VAP de investigación de calidad informativa es un sistema métrico que permite evaluar el valor agregado periodístico que aportan los medios de comunicación al informar sobre la realidad. El modelo VAP se basa en la observación y la evaluación de la presencia de variables atribuidas a dos momentos del proceso informativo: el proceso de selección y el proceso de creación (De la Torre & Téramo, 2009b).

El proceso de selección se refiere a la capacidad que tiene el periodista de elegir y jerarquizar los temas, las fuentes y los ángulos que conforman la agenda mediática. El proceso de creación se refiere a la capacidad que tiene el periodista de elaborar y presentar la información de forma clara, precisa, relevante, coherente, original y ética (De la Torre & Téramo, 2009a).

El modelo VAP se aplica mediante una fórmula matemática que pondera los indicadores de cada variable según su importancia relativa. El resultado es un índice numérico que expresa el grado de calidad informativa de un medio o de una noticia. El modelo VAP permite comparar y analizar el desempeño informativo de diferentes medios, soportes, géneros o periodistas, así como identificar fortalezas y debilidades en la producción informativa (De la Torre & Téramo, 2009b).

Resulta pertinente comentar un trabajo de Alonso Pahuacho Portella (2018), *Aproximación a los estudios sobre fútbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión*. Este es el resultado de una investigación sobre la historia del fútbol peruano, su vínculo con los medios de comunicación y cómo los textos académicos (tesis, artículos académicos, libros) se han enfocado en estudiar este fenómeno en nuestro país. Por ejemplo, el autor advierte que para futuras investigaciones no solo se debe estudiar los contenidos de los medios de comunicación tradicional, es imprescindible tomar en cuenta a las nuevas plataformas digitales. El texto de Pahuacho sugiere, además, que en el Perú el periodismo deportivo está enfocado en el fútbol y que por ello existen grandes vacíos. Por otro lado, hay aristas de la cobertura mediática del fútbol que desde la academia no han sido abordadas. Por ejemplo, el aspecto visual (imágenes, fotografías, videos).

“El periodismo deportivo siempre está en movimiento, reconfigurando constantemente el fútbol en relación con los contextos y valores sociales. Debido a ello, notamos que en la actualidad existen aún grandes vacíos y temas que no han sido abordados desde la academia peruana, los cuales requerirían mayor profundización en aras de enriquecer este campo interdisciplinar de estudio” (Pahuacho, 2018, p. 125).

Esa es la ambición de trabajos como el de Díaz y Mellado (2017), *Agenda y uso de fuentes en los titulares y noticias centrales de los medios informativos chilenos. Un estudio de la prensa impresa, online, radio y televisión*. Este estudio sobre medios de comunicación (prensa escrita, online, radio y televisión en Chile) busca conocer la versatilidad y variedad de las agendas periodísticas de los medios de comunicación en dicho país. También identifica el manejo de fuentes en las distintas plataformas que los autores estudian. Ambos hicieron un análisis de contenido de titulares y noticias centrales. Escogieron dos ejemplos por cada soporte mediático.

En televisión, 24 Horas Central y Chilevisión Noticias; en radio, Radiograma y El Diario de Cooperativa; en prensa escrita impresa, Las Últimas Noticias y La Tercera; por último, en medios online, El Mostrador y El Dínamo.

Se seleccionaron estos medios porque, dentro de su rubro, son los que tienen un mayor alcance nacional, nivel de lectoría, audiencia y tráfico. Tras un exhaustivo análisis de contenido, las conclusiones de esta investigación afirman que hay un grado elevado de similitud en las agendas de los medios y en el uso de fuentes en las noticias. Por otro lado, se aprecia que existen valores profesionales en común que parecen regular la producción de noticias de manera uniforme en todos los medios de comunicación analizados. Si bien no se centran en un análisis de calidad periodística como en esta tesis, se estudian elementos colaterales o vinculado, como las fuentes, los titulares y las portadas, tal cual como se hará en esta pesquisa en el análisis de contenido propuesto por el tesista. Este es un trabajo que es un referente complementario para esta investigación.

El estudio que hemos reseñado y comentado tiene muchas similitudes con el propuesto por los autores Andrés Scherman y Claudia Mellado (2019), *La performance periodística en la cobertura deportiva: un estudio comparado de televisión, radio, prensa impresa y medios online en Chile*. Ciertamente, Mellado es coautora de ambas investigaciones. Estas se centran en los medios de comunicación chilenos y abarcan todas las secciones de la cobertura informativa. Con un análisis de contenido tan exhaustivo, Mellado y Díaz podrían haber optado por complementar su investigación ensayando una clasificación del nivel de calidad periodística de los contenidos de los medios de comunicación chilenos.

También debemos comentar aquí la investigación elaborada por Miguel Ángel Barbero González (2017), titulada *Los Juegos Olímpicos de Río 2016: La explosión del deporte femenino español en el diario ABC*. Esta investigación propone analizar cómo fue la cobertura de ABC sobre las atletas femeninas españolas en Río 2016, teniendo en cuenta su evolución en cuanto a resultados deportivos a comparación de Londres 2012. Se enfoca en el espacio brindado en el diario, la relación de las deportistas con los corresponsales de ABC, el trabajo de los reporteros durante Río 2016, todo ello a través de análisis cualitativos y cuantitativos. Si bien no se analiza la calidad periodística en el estudio de Miguel Ángel Barbero, este trabajo se centra en un mega evento deportivo, como los Juegos Olímpicos, y marca una pauta para futuras investigaciones académicas sobre este tipo de certámenes. Barbero utiliza un análisis de contenido similar al que se utilizará en esta investigación para determinar el nivel de calidad en los diarios seleccionados.

También es necesario tomar como referencia el trabajo de Mireya Márquez-Ramírez y José Luis Rojas (2017), *¿Periodismo deportivo pasivo o proactivo? La cobertura del FIFAGate en la prensa deportiva de México y España*. En esta investigación los autores realizaron un análisis de contenido para determinar cómo fue la cobertura del FIFAGate⁴ en la prensa deportiva de México y España. Si fue pasiva o si fue proactiva. Es decir, si su cobertura fue acrítica y de entretenimiento o si los medios de comunicación investigaron las distintas aristas y consecuencias de un escándalo deportivo global. Se mide así el periodismo de calidad, a partir de la proactividad, la utilización de fuentes y el tipo de contenido que presentaron en los medios. Prensa pasiva, en resumen, cuando no se trabaja variedad de formatos periodísticos para informar sobre un caso con profundidad y rigor. Se concluye, luego del análisis de

⁴ El FIFAGate es conocido como un caso de corrupción que involucró a altos mandos de la FIFA y UEFA, organizaciones que dirigen el fútbol a nivel mundial y europeo, respectivamente.

contenido, que la prensa deportiva de España fue más proactiva que la de México, es decir, tuvo mayor diversidad, pulcritud y calidad contenidos periodísticos.

Hayashi, Curran, Kwak, Esser, Hallin y Lee (2016) presentaron los resultados de su investigación sobre los Juegos Olímpicos de Londres 2012 en *Pride and Prejudice*. Elaboraron un análisis de la cobertura noticiosa, durante tres días, en diez canales, repartidos entre Estados Unidos, China, Japón, Alemania y el Reino Unido (Hayashi, et al., 2016). Si bien no son medios escritos los que se analizaron tal como se hará en esta investigación, el aporte es muy importante. Los autores estudian en su artículo cómo fue la cobertura periodística televisiva sobre Londres 2012 en cada uno de los países seleccionados, y cuáles fueron los criterios utilizados para el análisis de cada programa de noticias en estos cinco países de tres continentes. Los autores concluyen que las diferencias culturales y la noción de ‘orgullo nacional’ que cada país posee son determinantes en los medios de los países materia de estudio. Recordemos que Márquez-Ramírez y Rojas sostienen en su investigación sobre el FIFAGate que la prensa deportiva puede ser proactiva o pasiva, y que además está desarrollada de distinta manera según el país de procedencia.

Romero, L.M., Moreno, P., y Torres, A. (2016) presentan *Dimensiones e indicadores de la calidad informativa en los medios digitales*. Este artículo, incluido en la revista *Comunicar*, de España, se aboca al estudio de la calidad informativa en los medios digitales. El objetivo de esta investigación es tratar de sentar una base para definir la calidad informativa en el periodismo online. En otras palabras, crear un estudio que pueda servir de referencia a los autores de próximas pesquisas. Para ello solicitaron a cuarenta involucrados en el tema de estudio, entre académicos y periodistas profesionales, responder a un cuestionario de preguntas. Las respuestas tenían una valoración del 1 al 5, en donde 1 estaba totalmente en

desacuerdo y 5, totalmente de acuerdo. Para esta investigación, los autores dividieron tres áreas macro con un total de 75 variables, entre las que se encuentran, por ejemplo: promedio de fuentes por unidad informativa, uso de fotografías propias o remuneración media de columnistas.

Si bien el estudio desarrollado por Romero, Moreno y Torres tiene una metodología distinta a la que emplea el autor de esta tesis, esta pesquisa también busca precisar y adentrarse en el concepto de calidad informativa o periodística. Sin embargo, los autores señalan que es casi imposible ponerse de acuerdo entre periodistas, académicos y audiencias para definir el concepto de calidad periodística. Esto debido a que, para los lectores, la calidad de la información puede manifestarse tanto en la claridad con la que se presenta un mensaje como en la reputación del medio o agencia que lo publica. Para un periodista, la calidad informativa puede basarse en la duración de la investigación, la utilización de fuentes confiables y la verificación de la información presentada. (Moreno et al. 2016).

Manfredi et al. (2015) exponen en *Entrepreneurial journalism: sports journalism in Spain* una investigación que da cuenta del periodismo emprendedor deportivo en España. Este se centra en las nuevas empresas periodísticas: los medios independientes. Da cuenta de cómo el periodismo deportivo se encuentra en una fase expansiva que busca salir de lo tradicional y rutinario para generar nuevos contenidos y abrir sus horizontes hacia otras plataformas. Se enfoca en el lado empresarial de los proyectos periodísticos deportivos en España y explica cómo estos buscan abrirse camino en una industria en cambio constante y poco previsible. Internet y las nuevas plataformas desarrolladas por la tecnología parecen ser el camino a seguir para los nuevos proyectos de periodismo deportivo de calidad en España.

Mayra Rivarola y Raquel Rodríguez (2015) publicaron *La discapacidad en los medios de comunicación: los Juegos Paralímpicos de Londres 2012*. Esta investigación busca demostrar que los Juegos Paralímpicos de Londres 2012 tuvieron una escasa cobertura periodística, tomando como referencia medios de comunicación como El País, Marca y la Agencia EFE. Mediante el análisis de contenido de estos tres medios de comunicación se llega a la conclusión de que, efectivamente, los atletas con alguna discapacidad física no se encuentran en la agenda de los medios. Si bien se publicaron notas al respecto en los medios en cuestión, en líneas generales la cobertura periodística de los deportistas con discapacidad física fue escasa. El análisis de contenido compara la cobertura de estos medios en los Juegos Olímpicos y en los Juegos Paralímpicos. Aquí se concluye que de los primeros se publicó un total de 3767 notas (un promedio de 209 notas por día), mientras que de los segundos se publicaron un total de 245 notas (un promedio de 16 notas por día).

Rojas Torrijos (2014a) publicó *Periodismo deportivo, divulgación e innovación. Estudio de casos de coberturas informativas internacionales de los JJ. OO. de Invierno 2014*. Esta investigación es un estudio de las coberturas periodísticas online mejor organizadas y más completas que se difundieron durante los Juegos Olímpicos de Invierno 2014. Estos se celebraron entre el 7 y 23 de febrero, en Sochi, Rusia. Los resultados muestran que los medios de comunicación disponían de mayores dispositivos para cubrir los juegos y aprovecharon su despliegue para innovar, ofreciendo nuevos formatos periodísticos. La propuesta de investigación de Rojas Torrijos ayuda al autor de esta tesis debido a la metodología aplicada; compara medios de comunicación y analiza las coberturas periodísticas de un mega evento deportivo, al igual que se hará en esta pesquisa.

Rojas Torrijos (2014b) también es autor de *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. Aquí propone una serie de cambios en el periodismo deportivo español. Se refiere a los nuevos formatos, al periodismo emprendedor, que es aquel que busca expandirse mediante internet, por ejemplo, a través de las redes sociales. El autor sugiere las estrategias que debería adoptar y los nuevos formatos a trabajar y sostiene que en un futuro el periodismo deportivo debe explotar las nuevas tecnologías para ofrecer contenidos de acorde a su público objetivo.

De la Torre y Téramo (2004) son las autoras de *La noticia en el espejo - Medición de la calidad periodística: la información y su público*. Este es un texto con información y análisis valiosos. Las autoras buscan establecer protocolos para la medición de la calidad periodística a partir de criterios como el uso de fuentes diversas y debidamente identificadas en el texto, la proximidad de la noticia, su relevancia social, el tipo de noticia, el origen de la información y otros elementos que ayudarán a medir la calidad informativa.

Ambas autoras son las principales fuentes de información para definir la calidad periodística en esta tesis. Debemos mencionar también a Amado Suárez, editora del libro *Periodismo de calidad: debates y desafíos*, quien se suma al grupo de académicos que han robustecido las definiciones conceptuales y los protocolos para medir la calidad periodística. Amado Suárez sostiene que la calidad en el periodismo no solo depende de los periodistas, sino que también los propietarios de los medios de comunicación juegan un papel crucial. Periodistas y propietarios tienen una responsabilidad al momento de ofrecer un contenido de calidad al lector.

En *Calidad Informativa y cubrimiento del conflicto*, Germán Rey (2003) se centra en el estudio y la definición de lo que significa calidad periodística y define variables y parámetros de medición para el estudio de los contenidos de la prensa colombiana durante el conflicto armado interno en dicho país. Algunos términos de medición son los siguientes: las fuentes, el pluralismo, la contextualización, la imparcialidad, la precisión. Al igual que De la Torre y Téramo, Rey establece criterios que él considera fundamentales para definir la calidad periodística. Sumados a Amado Suárez, ya son cuatro los académicos mencionados en esta investigación que dan soporte a un concepto clave: la calidad periodística.

También se tomará como referencia otra investigación de Lidia De la Torre y María Teresa Téramo (2009a). En el artículo *La calidad periodística en un diario regional: los periodistas, el medio y sus lectores*, las autoras describen el proceso de selección de noticias en un diario, así como el proceso de creación de estas noticias. Esta secuencia para la selección de noticias, afirman, está compuesta por indicadores de selectividad (proximidad geográfica, impacto, cercanía emocional, etc.), mientras que el de creación está definido por indicadores de estilo, contenido y énfasis (estructura narrativa, encuadre o framing, fuentes, observación periodística, etc.) (De la Torre & Téramo, 2009a, p. 86). Ambas autoras son de referencia constante para esta tesis para poder llegar al concepto clave de calidad periodística. En sus trabajos definen y emplean los indicadores que también utilizará el autor de esta investigación para analizar la calidad de la prensa escrita peruana.

En *Calidad de la información periodística en Argentina*, María Teresa Téramo (2006), se propone analizar la calidad en la selección de las noticias que publican Clarín y La Nación, los diarios más importantes de Argentina, también se centra en dos noticieros de televisión. Nuevamente, define los parámetros de calidad periodística y las dos aristas que tiene este

concepto (proceso de selección de noticias y proceso de creación de noticias). La metodología utilizada es el análisis de contenido de los diarios y los noticieros argentinos. Su muestra de análisis incluye 1611 unidades noticiosas. Una investigación con una metodología similar a la utilizada por el autor de esta tesis, quien toma a dos diarios de referencia como *El Comercio* y *La República* para el análisis de contenido, además del diario *Depor*, especializado en fútbol.

Una última referencia bibliográfica ineludible en este Estado del Arte es el *Estudio de Calidad Periodística “El Comercio”*, publicado en enero del año 2000 y realizado por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Los autores son Francisca Alessandri, Cristóbal Edwards, Silvia Pellegrini, Soledad Puente, William Porath, Eliana Rozas y Gonzalo Saavedra. Este estudio sirvió para poder establecer el nivel de calidad periodística del diario más importante del Perú. Para ello los autores decidieron elaborar un perfil general del diario e identificar las características de la planta periodística y la sala de redacción. En este estudio, se analizaron cuatro secciones de El Comercio: Política, Economía & Negocios, Lima y Vida & Futuro; en todas estas áreas se evaluó el contenido noticioso, el lenguaje y la organización de los artículos de las secciones. Los investigadores de la PUCP de Chile aplicaron la metodología de análisis cuantitativo del VAP (Valor Agregado Periodístico), que es una herramienta integral para buscar la calidad periodística en los artículos del diario, y que fue creada por la Escuela de Periodismo de esa casa de estudios. Tras haber aplicado encuestas, analizar los contenidos publicados y diseñar tablas de datos, las conclusiones en cuanto al proceso de selección concluyeron que El Comercio tiene un porcentaje alto (70%) de noticias blandas (por ejemplo, las que se encuentran en las secciones de espectáculos, ocio, deportes) y un porcentaje bajo (30%) de noticias duras (por ejemplo, aquellas de las secciones de política o economía). En cuanto al proceso de creación, se entiende que el diario hace un uso intenso de la “pirámide invertida” con la finalidad de aparecer como un medio objetivo y veraz.

2. Marco teórico

2.1 Periodismo de calidad o Calidad Periodística

Antes de desarrollar el concepto de calidad periodística o periodismo de calidad, es preciso indicar el significado de calidad en el marco del desarrollo de una economía industrial. Ishikawa (1986), en su libro *How to apply company-wide quality control in foreign countries*, sobre introducción al control de calidad, define este concepto como “desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, útil y siempre satisfactorio para el consumidor” (p. 13). En el periodismo, aunque no se puede reducir la actividad de informar a factores únicamente económicos, útiles y beneficiosos para el público, se puede sostener que la calidad periodística remite a un contenido noticioso elaborado con el mayor rigor posible para satisfacer las necesidades y expectativas de una audiencia específica.

Inicialmente, desde un Enfoque Estructural Simple (EES), hablar de información de calidad significaba medir la labor del emisor -periodista, las empresas y organizaciones periodísticas, así como propietarios de medios, grupos políticos, anunciantes y sus rutinas laborales como factores coadyuvantes que se reflejan en la oferta editorial del medio (Nogales & Torres, 2018, p. 13). En su libro *Periodismo de calidad: debates y desafíos*, Amado Suárez (2007) sostiene que la calidad en el periodismo no es una responsabilidad única de los periodistas, sino que involucra a los empresarios o dueños de los medios por igual, pues las decisiones de los periodistas están muchas veces subordinadas a los criterios de editores periodísticos y gerentes comerciales de los medios de comunicación dónde trabajan (p. 36). Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, desde un Enfoque Estructural Complejo (EEC), se considera que el usuario, consumidor o prosumidor de medios, es parte importante en el proceso de compartir y generar contenidos de calidad (Nogales & Torres, 2018, p. 13).

Definir el concepto de calidad periodística ha sido una tarea compleja para la academia y para las empresas periodísticas. Desde distintas perspectivas teóricas, periodistas y académicos han tratado de aproximarse a una definición, entre ellos figuran Rey (2003), De la Torre (2009), Téramo (2009) o Amado (2007).

Rey (2003), afirma que la calidad periodística depende de los estándares que en su práctica profesional utilice el periodista (p. 68). Los estándares más importantes son la independencia, porque hace que la búsqueda y síntesis de la información sea un proceso autónomo de los periodistas, libre de directivas empresariales, consignas ideológicas o directivas políticas. En el proceso de la producción de noticias, la independencia es un valor muy importante que define la calidad periodística. Otro parámetro relevante es la precisión que alude a “la investigación exhaustiva y a la adecuada verificación de los datos” (p.69). Un tercer indicador, tan relevante como los anteriores, es la contextualización, es decir, el proceso por el cual un acontecimiento convertido en noticia es situado temporal y geográficamente, para determinar las causas y consecuencias del hecho o fenómeno resumido e interpretado. Rey añade, entre otros factores, el pluralismo y la imparcialidad como factores imprescindibles de la calidad periodística. El primero se refiere a la posibilidad que tienen los diferentes actores (políticos o sociales) de ser consultados o incluidos cuando se elabora la información. Mientras que la imparcialidad alude a una práctica caracterizada por proceder de manera justa, libre de prejuicios, apegada a la verdad y con amplitud de criterio, buscando informar de manera equilibrada y con diversidad de opiniones. (Rey, 2003, pp. 68-69). En el Perú, al igual que en todo el mundo, la imparcialidad debería contemplarse como una meta para el periodismo, no sólo como un concepto utópico del que todos hablan, sino como una característica de la prensa para informar a la sociedad.

De la Torre y Téramo (2009b), autores que han trabajado con exhaustividad el concepto de calidad periodística, coinciden en que un medio funcionará de manera eficaz y contribuirá al desarrollo de la sociedad y el fortalecimiento de la democracia si logra “identificar los parámetros de la calidad que circulan en el proceso de comunicación de las noticias” (p. 84). Asimismo, el periodismo de calidad se relaciona con la producción de noticias basadas en diversas fuentes de información que permiten abordar el hecho noticioso desde las voces de todos los protagonistas (Nogales & Torres, 2018, p. 120).

Una clasificación útil para esta investigación sobre la calidad de la prensa es la que considera que los parámetros se pueden agrupar “en dos dimensiones: el proceso de selección de la información y el proceso de creación de la noticia” (De la Torre & Téramo, 2009a, p. 86). En lo que respecta a la primera dimensión, la elección de qué información presentar se basa en factores como la relevancia local, la resonancia con el público, la conexión emocional, la relevancia y posición de los involucrados, la novedad de la noticia y la neutralidad del enfoque editorial. En cuanto a la segunda dimensión, que se relaciona con la generación o elaboración de la noticia, se consideran aspectos de estilo, sustancia y enfoque tales como la construcción del relato, el uso de adjetivos, el enmarque, la fundamentación de la información, las fuentes, el contexto, la inspección periodística y la localización de los hechos (De la Torre & Téramo, 2009a, p. 86).

El proceso de selección de noticias, según De la Torre y Téramo (2004), está conformado específicamente por el *gatekeeping*. Sin embargo, esta no es la única teoría vinculada al proceso de selección de las noticias, ya que también existen otros constructos teóricos, como el *newsmaking*, la *agenda setting* y el *framing*. Todos estos enfoques analizan las interferencias e impactos en la construcción y difusión de las noticias y resultan pertinentes para determinar el

nivel de calidad periodística de las noticias que propala un medio de comunicación. En el transcurso de las siguientes páginas se va a profundizar en dos enfoques teóricos (*gatekeeper* y *newsmaking*), dado que consideramos que son los más pertinentes para los objetivos de esta investigación.

2.1.1 Proceso de selección de la noticia y el gatekeeper

El proceso de selección se refiere al camino que tiene que seguir una información antes de convertirse en noticia, es decir, cómo convertir un hecho o acontecimiento en una noticia, teniendo en cuenta sus aspectos (o valores) noticiables. Académicos y periodistas, en el marco de un constante trabajo por definir la calidad periodística, comparten ideas sobre este punto que termina como una pieza fundamental en la unión de conceptos que conforman la base de la calidad periodística.

De acuerdo con De la Torre y Téramo (2007), no todos los hechos llegan a ser noticia, ya que antes deben pasar por una suerte de filtro que les da la categoría de acontecimiento noticiable o los descarta y no los difunde (p. 51).

Esa selección está guiada por lo que la organización noticiosa considera que es importante o tiene algún interés para el público específico al cual esa organización se dirige, es decir, está guiada por los valores noticiosos de los cuales depende que un acontecimiento reúna las condiciones para transformarse en noticia. (De la Torre & Téramo, 2007, p. 51)

Se puede afirmar entonces que los medios de comunicación, de acuerdo con sus propios valores noticiosos definen qué acontecimientos resultan importantes o relevantes. Por ello cada medio debe establecer con claridad qué es un valor noticioso.

Wolf (1987) define los valores noticiosos (news values) como componentes de la noticiabilidad. Se trata, explica el autor, “del conjunto de elementos a través de los cuales el aparato informativo controla y gestiona la cantidad y tipo de acontecimientos de los que seleccionar las noticias” (p. 222). En 1975, Carl Warren estableció una primera clasificación de los valores noticiosos que se resume en diez elementos: actualidad, proximidad, consecuencias, relevancia personal, suspense, rareza, conflicto, sexo, emoción y progreso.

Rodrigo (1993) hace una distinción teórica entre el acontecimiento y la noticia: el primero “es un fenómeno de percepción del sistema, mientras que la noticia es un fenómeno de generación del sistema”. Con ello quiere señalar que las informaciones periodísticas son construcciones de la realidad social y no la realidad misma; se trata de hechos que son transformados en noticias a partir del uso de valores, prácticas y rutinas periodísticas. Es esta selección de hechos noticiables lo que finalmente se conoce como ‘realidad social’ (p. 20).

Como anota Wolf (1987), el proceso de selección de noticias no se limita a una decisión discrecional o arbitraria del periodista, sino que toma en cuenta diversos factores como, por ejemplo, las fuentes que proveen de información al redactor.

La selección de noticias no se debe entender meramente como una decisión subjetiva del periodista (aunque esté basada en criterios profesionales), sino más bien como parte de un proceso intrincado que ocurre durante todas las etapas de producción, involucrando a múltiples

actores (desde las fuentes informativas hasta el periodista individual), y movido por razones que no siempre responden directamente a la necesidad inmediata de decidir qué noticias se publicarán (Wolf, 1987, p. 276).

La teoría del gatekeeping se centra en el individuo que selecciona las noticias. Destaca como el editor o jefe de redacción (llamado gatekeeper o guardabarreras), es quien define los asuntos que abordará el medio. El concepto no se refería inicialmente al periodismo, surgió por primera vez en 1947, cuando el psicólogo Kurt Lewin lo introdujo en una de sus investigaciones que estudiaba los problemas ligados a la modificación de los hábitos alimenticios en un determinado grupo social; y buscaba establecer la decisión doméstica sobre qué alimentos deberían ser comprados para el consumo familiar.

No fue hasta 1950 que el concepto del gatekeeper o guardabarreras fue aplicado al periodismo: David Manning White realizó un estudio centrado en un periodista con 25 años de experiencia que decidía diariamente qué acontecimientos o hechos se convertirían en noticia, además de indagar en los factores influyeron en él para la toma de decisiones.

Pena de Oliveira (2009), sostiene que “el gatekeeper es un ejemplo clásico de teoría que privilegia la acción personal” (p. 143). Se asume que es la acción personal de los gatekeepers de los medios de comunicación (desde los propios reporteros hasta los jefes de redacción, editores o directores), quienes eligen qué acontecimientos pueden ser importantes, si una noticia merece estar en la edición impresa de un diario.

La metáfora es clara y directa. El concepto se refiere a la persona que tiene el poder de decidir si deja pasar la información o si la bloquea. Es decir, ante un gran número de

acontecimientos, sólo llegarán a ser noticia aquellas que puedan pasar por una verja o portón (gate en inglés). Y el que decide es una especie de portero o seleccionador (o gatekeeper), es decir, el periodista. (Pena de Oliveira, 2009, pp. 143-144)

Lo que propone Pena de Oliveira se asemeja a lo que explican los autores Gomis y Giner (2008) aseguran, basándose en Wilbur Schramm, uno de los académicos más importantes de la comunicación de masas:

Hay guardabarreras por todas partes a lo largo del proceso informativo. Actúan como gatekeepers el reportero que decide qué hechos recogerá sobre una vista judicial o un accidente o una manifestación política; el redactor en jefe o quizás el director mismo, que deciden qué despachos de agencia se publicarán y cuáles irán a la papelera; el editor, que decide a qué autores publicará y qué suprimirá de sus manuscritos; el realizador que decide dónde pone la cámara. (Gomis & Giner, 2008, p. 46)

Los guardabarreras vendrían a ser el primer filtro para que una información pueda convertirse en una noticia; ellos deciden primero qué es lo que se debe cubrir y dan un paso antes que los otros miembros de la redacción. No obstante, el reportero que sale a la calle también podría asumir el rol de ser el primer gatekeeper de sus propias producciones noticiosas, sea en prensa escrita, radio, televisión o plataforma digital.

2.1.2 Parámetros del proceso de selección

De acuerdo con las autoras argentinas De la Torre y Téramo (2009a), los parámetros que configuran la calidad periodística se dividen en dos: los que se refieren al proceso de selección de la noticia y los que se enfocan a la creación de esta (p. 86). En cuanto al primero, los

parámetros del proceso de selección, estos están constituidos por los indicadores de selectividad.

Según el modelo aplicado por las periodistas argentinas, los indicadores de selectividad giran alrededor de dos factores: la importancia y el interés (p. 87). El primero se refiere a la relevancia que les dan los periodistas y lectores a los hechos más próximos a un lugar; por ejemplo, si se tomará como referencia el Perú, se valoraría más los hechos que se desarrollen en la capital y a los reporteros que estén más cerca a ellos. Con relación a los criterios relacionados con la importancia de las noticias, las autoras argentinas identifican el impacto de la información, el estatus de los implicados en las noticias, la cantidad de involucrados en las noticias, la actualidad de la noticia y el equilibrio de la pauta.

En el caso del interés, se alude a la cercanía emocional. “Las noticias deben provocar el sentimiento del lector de manera tal que pueda identificarse con lo que lee” (De la Torre & Téramo, 2009a, p. 87).

2.1.3 Proceso de creación de la noticia y el newsmaking

El proceso de creación de la noticia, también conocido como el proceso de construcción de la noticia, es un paso más en lo que concierne a la búsqueda de la calidad periodística. Habiendo ya explicado el proceso de selección de la noticia, así como la teoría del gatekeeper, es oportuno enfocarse en otro enfoque teórico que busca explicar este proceso de exclusión, inclusión y jerarquización de lo que se conoce como “noticia”, a partir de una serie de factores propios de la dinámica interna de los medios y sobre todo de las nociones compartidas por todos los periodistas sobre lo que debería ser considerado “noticia” y difundido como tal.

El periodista toma decisiones a partir de las cuales redacta textos que describen acontecimientos de los que, en la mayoría de los casos, no fue testigo. Es decir, que al primer recorte derivado de la selección se incorpora otro relativo a la manera en que se presenta lo seleccionado. Pero: ¿qué criterios utiliza el periodista cuando titula, cuando escribe, cuando decide el estilo narrativo? Aquellos que sean más eficaces en la captación y el mantenimiento del interés público. (De la Torre y Téramo, 2009a, p. 92)

Las autoras argentinas, dos de las académicas que más han desarrollado el concepto de calidad periodística, explican que el proceso de creación de noticias sigue una serie de criterios que el periodista define, en los que se ve la estructura narrativa, el uso de las fuentes, el contexto del contenido de la noticia, la adjetivación y el encuadre.

Estas ideas, que plantean De la Torre y Téramo en sus investigaciones, están estrechamente vinculadas a una de las teorías más importantes sobre la construcción de la noticia, la teoría del *newsmaking*. Sobre esta, académicos como Mauro Wolf y Felipe Pena de Oliveira han explicado el modelo que sugiere esta teoría y su importancia para el periodismo, además de los ejes que la acompañan.

A diferencia de la teoría del *gatekeeper*, que destaca el rol individual del periodista en la construcción de la actualidad periodística, la teoría del *newsmaking* sostiene que es el medio, la corporación empresarial que produce noticias, la que establece protocolos rígidos que deben ser seguidos por todos los integrantes de una sala de redacción para selección y creación de las noticias. En suma, la teoría del *newsmaking* les resta importancia a los editores (los *gatekeepers*) en el proceso de construcción de la realidad.

Sobre el *newsmaking*, Wolf (1987) señala: “Se articula principalmente entre dos polos: la cultura profesional de los periodistas; la organización del trabajo y de los procesos productivos. Las conexiones y las relaciones entre los dos aspectos constituyen el punto central” (p. 214). Lo que sostiene Wolf (1987) es que, en el contexto de la generación de información masiva, por un lado, se encuentra la cultura profesional, que se define como una serie de procesos que rodean al periodista y a las empresas periodísticas. Por otro lado, explica las restricciones que asoman alrededor de la organización del trabajo de los periodistas y los medios (p. 215). El académico logró identificar criterios claves en el *newsmaking*: la noticiabilidad y los valores-noticia (*news values*).

Otro autor que sitúa los componentes de Mauro Wolf en el *newsmaking* es Felipe Pena de Oliveira. Este también destaca el concepto de noticiabilidad o valores-noticia como parte esencial de esta teoría, pero además precisa que se debe tener en cuenta la construcción de la audiencia, las rutinas de producción y los constreñimientos corporativos de cada empresa periodística (Pena de Oliveira, 2009, p. 138). Sobre el modelo teórico del *newsmaking*, este autor sostiene:

El periodismo está lejos de ser el espejo de lo real. Es, más bien, la construcción social de una supuesta realidad. De este modo, es en el trabajo de la enunciación donde los periodistas producen los discursos, que, sometidos a una serie de operaciones y presiones sociales, constituyen lo que el sentido común de las redacciones llama noticia. Así, la prensa no refleja la realidad, sino que ayuda a construirla. Estos presupuestos se incluyen en el modelo teórico del *newsmaking*. Es decir, aunque la noticia no se agote en su producción, es de ella lo que se preocupa este modelo. (Pena de Oliveira, 2009, pp. 138-139)

2.1.4 Parámetros del proceso de creación

Los parámetros del proceso de creación de la noticia, una de las dos dimensiones asociadas a la calidad informativa propuesta por Lidia De la Torre y María Teresa Téramo, están constituidos por indicadores de estilo, contenido y énfasis:

El proceso de creación sigue criterios que están definidos por el estilo periodístico, en el que en concreto se verá cómo es la estructura narrativa, la adjetivación, el uso de las fuentes, el contexto del contenido de la noticia -antecedentes y consecuencias- y el encuadre. (De la Torre & Téramo, 2009a, p. 92)

Sobre la estructura narrativa, las periodistas se refieren a tres modelos: pirámide invertida, cronológica y mixta. La pirámide invertida es el modelo convencional utilizado en el periodismo enfocado en la actualidad para jerarquizar en una noticia desde lo más importante hasta lo menos trascendental. Es decir, en el primer párrafo se destaca a los protagonistas, en qué lugar, cuándo sucedió, cómo pasó y por qué pasó el acontecimiento.

Por otro lado, el modelo cronológico propone que los hechos sean relatados según la secuencia temporal en que sucedieron como una historia que tiene un principio, nudo y desenlace. La estructura narrativa mixta, tal como su nombre lo señala, es una mezcla de las dos anteriores, combina ambas modalidades discursivas para dotar al texto periodístico de una dimensión más compleja e interpretativa.

2.2 Periodismo deportivo, un alcance sobre el concepto y sus características

Además de establecer la definición de calidad periodística y describir las rutinas periodísticas a partir de distintos enfoques teóricos, este marco teórico tiene como propósito definir el ejercicio del periodismo deportivo antes de referirse a una prensa deportiva escrita local. Aunque parezca un concepto relativamente fácil de definir, los académicos han trabajado una robusta bibliografía sobre esta modalidad del periodismo, sus características y los patrones que orientan su práctica. Asimismo, cabe señalar que la cobertura periodística de los deportes es una especialización profesional que no se ha desarrollado en el medio local, En el Perú los medios se enfocan únicamente en el fútbol e ignoran la mayoría de las disciplinas deportivas.

Rojas Torrijos (2015), en su artículo, *Nuevos Horizontes del periodismo deportivo español: primeras revistas para móviles y tabletas en los diarios Marca y Sport*, describe así las características de esta especialidad de la comunicación periodística:

El periodismo deportivo se comporta como uno de los campos más emprendedores, una realidad que se manifiesta con iniciativas de diversa naturaleza: información generalista, revistas en papel, servicios de asesoramiento y de información comercial, diarios digitales y, en muchos casos, medios híbridos que combinan los soportes convencionales (producto impreso) con el entorno digital. Se trata de un fenómeno que responde tanto a intereses geoFiguras (local, hiperlocal) como sectorial o de nicho (que cubren modalidades con menor presencia en los medios convencionales). (p. 34)

El autor de esta investigación considera que el periodismo deportivo es una rama importante de la industria periodística, no solo por su impacto social en los lectores, también por su impacto económico. Tal como lo afirma Rojas Torrijos líneas arriba; el periodismo deportivo

es un fenómeno relevante en el rubro de las comunicaciones, por las expectativas que es capaz de generar en distintos estratos sociales. Pérez (2009) afirma que uno de esos niveles es el económico; por ejemplo, el diario deportivo mexicano Esto vende más de 150 mil ejemplares diarios, esta cantidad es capaz de darle un soporte financiero al diario y ponerlo a la par de los medios de referencia como El Universal y Reforma. Las empresas periodísticas son capaces de sostenerse con el soporte del impacto económico que puede generar el periodismo deportivo (p. 2).

Si bien el periodismo impreso afronta una prolongada crisis desde la aparición del internet, el periodismo deportivo como un rubro especializado no se ha visto afectado en las mismas proporciones que los medios dedicados a la información general o a la política, por ejemplo. Los medios deportivos conservan un público y también anunciantes que sostienen su rentabilidad, tanto en ediciones impresas como en plataformas digitales. En el caso peruano, diarios especializados como *Depor* se sostienen en un contexto adverso, las nuevas tecnologías y herramientas les han permitido ofrecer diversos contenidos en sus redes sociales, páginas webs, entre otras plataformas digitales.

Aunque el periodismo deportivo debería entenderse como rama especializada que se dedica a la cobertura y difusión de contenido periodístico relacionado con los deportes, en determinados países, como el Perú, por ejemplo, los medios y los periodistas “deportivos” solo se enfocan en el fútbol, considerado como el deporte rey a nivel mundial. Por esta razón, las portadas de los diarios deportivos, tales como *Depor*, *Líbero*, *Todo Sport*, entre otros, están dedicadas a información relacionada con el fútbol. A pesar de algunos esfuerzos de medios como Movistar Deportes (un canal de señal por cable), que trata de crear espacios para dar visibilidad a otras disciplinas deportivas, en prensa escrita todavía se mantiene un porcentaje importante de la

cobertura ligado al fútbol. De esta manera, se le termina dando muy poco espacio a otros deportes.

La cobertura de los eventos deportivos se ha convertido en un elemento clave para el sostenimiento económico de los medios de comunicación y esa cobertura también tiene una repercusión positiva en los clubes y asociaciones creadas alrededor de la práctica de un deporte (el fútbol, sobre todo, pero también el vóley). Los medios acercan a las audiencias las competencias deportivas y las convierten en un espectáculo social, económico y cultural que siempre está avanzando hacia el futuro de la industria periodística, en el sentido en que evolucionan a la par de los avances tecnológicos (Molina, 2009). Como sostiene este autor, los medios de comunicación y el deporte se unen para dar paso al periodismo deportivo, una rama que genera distintas sensaciones en los consumidores ya sea a través de prensa escrita, digital, televisiva o radial. En ese sentido, el periodismo deportivo es capaz de generar pasiones y fervores colectivos (alegría, rabia, pasión, frustración, felicidad), en las personas que consumen este tipo de información.

Ahora bien, es importante señalar cómo aparece el periodismo deportivo a inicios del siglo XX. Tal como lo menciona Alcoba (1993) en su libro “Cómo hacer periodismo deportivo”, durante el siglo pasado el periodismo deportivo no tuvo el mismo estatus y reconocimiento académico que sí poseían otras ramas de la actividad periodística. Atributos como su lenguaje coloquial y su amplio despliegue Figura, paradójicamente lo dejaron relegado a una situación de inferioridad intelectual a comparación al periodismo dedicado a la política, el arte o los espectáculos (p. 41).

En poco tiempo, el periodismo deportivo se convirtió en una sección imprescindible (y de las más leídas) de los medios impresos. No debería parecer raro que en la actualidad el periodismo deportivo siempre recibe críticas por parte de otras ramas del periodismo; por ejemplo, en el Perú, se suele señalar a los periodistas deportivos por no hacer investigaciones profundas, también se critica su escasa capacidad de análisis o, en algunos casos, su débil formación académica. En una entrevista con el portal de noticias Somos Periodismo, Dan Lerner manifestaba que “el hecho de que el sensacionalismo esté impregnado en esta profesión provoca que el periodista deportivo peruano no sea tomado en serio” (como se citó en Calle, 2020). Por otro lado, Jaime Pulgar Vidal, también en entrevista para Somos Periodismo, sostuvo que:

El hincha puede decir lo que quiera desde el sentido común, el periodista tiene que hablar desde el conocimiento. Muchos de los periodistas que salen en la TV parecen hinchas. El apasionarse en un partido de fútbol evita que uses la razón, y es esta la que debes emplear si tu trabajo es argumentar. Si no argumentas no eres periodista, eres un hincha más con un micrófono en la mano. (Jaúregui, 2015)

Como lo ha señalado Alcoba, desde sus inicios, el periodismo deportivo ha generado en otras ramas de la profesión la percepción de que la sección de deportes de un diario era un área accesoria y con escaso valor periodístico dentro de la oferta de contenidos de un medio de calidad.

2.2.1 Periodismo deportivo en los medios de comunicación

Durante el siglo XIX, los primeros destellos del periodismo deportivo se pusieron en la órbita de los medios de comunicación. Los dueños de los periódicos descubrieron que existía un mercado potencial al cual apuntar, el deporte despertaba el interés de multitudes. Y las competencias era un espectáculo que genera ingreso por la venta de entradas y por las apuestas. En 1852 se fundó *Sportsman*, en Inglaterra, Este fue el primer diario especializado en deportes del que se tiene referencia. Posteriormente fue renombrado como *Sporting Life* (Alcoba, 1993, p. 63):

En Francia, por esa época existía una revista, *Journal des Haras*, dedicada exclusivamente a temas hípicas; posteriormente aparecieron *Sport*, y en 1854 es fundado *Le Sport*, al que siguieron diversas publicaciones sobre deportes como caza, ciclismo, natación, hípica, etcétera, hasta llegarse a 1892, cuando aparece el primer diario deportivo francés *Le Vélo*. (Alcoba, 1993, p. 63)

Los datos que brinda Antonio Alcoba dejan en claro que los medios deportivos aparecen a medida que la práctica de los deportes se hace más regular, se establecen torneos competitivos y se masifica la práctica de algunas disciplinas. A los medios impresos creados en Inglaterra y en Francia, debemos añadir los fundados en España. *Mundo Deportivo* apareció en 1906 y es considerado el diario especializado en deportes más importante de España. De esta manera, la prensa deportiva tomaba mayor fuerza y se convertía en una de las más importantes para los lectores.

Alcoba (1993) recuerda que los Juegos Olímpicos disputados en Londres en 1908 se transmitieron a todo el mundo a través del telégrafo. Y en los Juegos Olímpicos de 1912,

celebrados en Estocolmo, se organizó el primer “pool” fotoFigura para el envío de imágenes a los medios impresos (p. 64). El deporte ya tenía una audiencia de masas por lo que el desarrollo del periodismo deportivo era inexorable. Las competiciones más importantes a nivel mundial ayudaron a ese objetivo de adquirir un papel protagónico en las redacciones (Alcoba, 1993, p. 64).

La idea original de ofrecer amplias coberturas periodísticas de las competencias deportivas es atribuida al célebre empresario periodístico de fines del siglo XIX: William Randolph Hearst, propietario del *New York Journal*, y máximo rival del legendario Joseph Pulitzer.

Tuvo la idea de sustituir las pequeñas informaciones dedicadas, principalmente, a las carreras de caballos, concediendo un mayor espacio a reseñar lo más atractivo de la actividad deportiva. Ante el éxito de la experiencia, amplió todavía más el espacio, decidiendo contratar a deportistas retirados o aficionados de prestigio, encargándoles el cometido de escribir comentarios, crónicas y reportajes de las figuras más relevantes y de las competiciones. (Alcoba, 1993, p. 64)

Un siglo después, los editores de los medios de comunicación continúan reservando un espacio considerable de sus coberturas diarias para las noticias deportivas. La radio fue otro de los medios de comunicación que ayudó al desarrollo del periodismo deportivo y tomó un papel importante conforme se desarrollaban las tecnologías de la comunicación a principios del siglo XX. Paulatinamente, la prensa escrita empezaría a cumplir un rol importante en el desarrollo profesional y competitivo de los deportes. Las coberturas deportivas también eran una fuente de ingresos indispensables para la economía de los medios impresos, tanto así que la aparición

de la radio y su pretensión de transmitir “en vivo” los espectáculos deportivos fue considerada una amenaza por la prensa escrita.

El 2 de julio de 1921 la KDKA, una de las primeras compañías radiofónicas norteamericanas, consiguió transmitir, de forma clandestina y en directo, el último asalto del combate de boxeo entre Dempsey y Carpentier, consiguiendo que más de 200.000 personas tuvieran información al momento del mismo. Aquel éxito pone en marcha todo un movimiento periodístico radiofónico culminado, en 1926, con la retransmisión del combate entre Dempsey y Tunney, escuchado por quince millones de personas. (Alcoba, 1993, p. 65)

De esta manera es como la radio comienza a ganar mayor acogida entre los aficionados a los deportes. Los Juegos Olímpicos de Ámsterdam, en 1928, fueron los primeros en ser transmitidos por radio. A partir de ese momento, surgió una pugna intensa entre los periódicos y las emisoras de radio. Las empresas de comunicación empezaron a disputarse los derechos de transmisión de los principales eventos deportivos. Sin embargo, pronto la prensa escrita y la radio fueron afectadas por un nuevo medio que empezaría a competir por la atención de la audiencia y la preferencia de los anunciantes: la televisión. A medida que este invento se fue masificando se dio un verdadero salto en la difusión de los eventos deportivos.

Si bien las primeras transmisiones televisivas datan de los Juegos Olímpicos de Berlín, en 1936, no fue hasta 1964, cuando a través de la vía satélite se pudo transmitir a todo el mundo los Juegos Olímpicos de Tokio. “En 1968, los Juegos Olímpicos de México fueron transmitidos en directo y en color. La evolución de las retransmisiones olímpicas fue mejorando en todos

los aspectos, especialmente, en los de espectacularidad e inmediatez en la información de los resultados” (Alcoba, 1993, p. 66).

En la actualidad, la televisión es capaz de captar la atención de millones de personas de forma sincronizada. Por ejemplo, las finales de torneos como la Champions League o la Copa Libertadores captan la audiencia de millones de amantes del deporte rey. Ciertamente, es importante resaltar que a lo largo de la historia, los medios de comunicación han ayudado al desarrollo del periodismo deportivo. Cada uno de estos medios tradicionales, desde sus respectivos soportes y estrategias, ha sabido ganarse un público y sostener su preferencia o sintonía. Sin embargo, el desarrollo de internet está desplazando lentamente a los medios tradicionales, aunque, estos últimos todavía mantienen niveles de audiencia importantes. En el Perú, por ejemplo, los programas de radio continúan cautivando a miles de personas en todo el país, así como las transmisiones radiales de eventos deportivos, como los partidos de la liga profesional de fútbol, sobre todo en las zonas rurales donde el acceso a las tecnologías de la comunicación continúa siendo irregular e inestable. Ciertamente, un estudio de CPI de noviembre de 2022 indica que el alcance de la radio en Perú es de 92,4% (CPI, 2022). Si bien el consumo de radio en 2022 fue de 71% de acuerdo con CONCORTV, en 2017 fue de 86% y en 2019 de 83%, por lo que, durante el fenómeno de estudio de esta tesis, más del 80% de la población aún escuchaba la radio (Consejo Consultivo de Radio y Televisión [CONCORTV], 2022).

2.2.2 El periodista deportivo

En los últimos años, a raíz del incesante desarrollo tecnológico, los medios de comunicación han empezado a difundir sus contenidos en redes sociales como Facebook, Instagram, X (antes Twitter) o TikTok. Existe un porcentaje importante de aficionados que prefieren informarse a

través de esas plataformas. Si bien existe una gran oferta de información a través de las redes sociales, los diarios impresos todavía conservan una audiencia cautiva. En los últimos treinta años, los tabloides *Depor*, *Líbero*, *El Bocón* (este último cerró durante la pandemia) y *Todo Sport*, alcanzaron altísimos niveles de circulación gracias a sus coberturas sobre el fútbol peruano e internacional. Si bien los diarios deportivos peruanos nacieron en la década de los noventa, una indagación retrospectiva nos remonta al 9 de julio de 1912, cuando el diario *La Crónica* publicó por primera vez noticias deportivas (Pahuacho, 2018, p. 100). Pese a que no era un diario deportivo, *La Crónica* fue durante décadas la mejor vitrina periodística del fútbol peruano.

Otro tema que resulta importante explorar es el de la profesionalización y especialización del periodista deportivo. De acuerdo con Alcoba (1993), los primeros informadores sobre temas deportivos no eran periodistas de profesión, sino escritores aficionados a un fenómeno en plena expansión. Paulatinamente los medios descubrieron un público cada vez más grande y masivo. Alcoba señala que el periodista deportivo se fue convirtiendo en uno de los profesionales más solicitados en los medios. Su influencia ya no se discutía y su figura se convirtió en conductora de masas (pp. 41-42):

Hoy ya no se concibe a un periodista deportivo inculto. Así, quienes desean destacar en este género específico del periodismo deben poseer un enorme volumen de conocimientos, no solo del asunto del cual escriben o hablan, sino de la generalidad de los temas de la sociedad, pues el deporte, por su popularidad, se encuentra relacionado con todas las áreas del saber. (Alcoba, 1993, p. 42)

No obstante, lo que sostiene el autor del libro *Cómo hacer periodismo deportivo*, no se puede reconocer en el ámbito local. En el Perú los periodistas deportivos son muy criticados por las audiencias. Las redes sociales permiten ahora que miles de aficionados se expresen. Se crea así un clima confrontacional, alimentado por la precaria formación cultural de los periodistas deportivos.

Ciertamente, en este trabajo académico no vamos a caer en la trampa de la generalización. Es pertinente reconocer que existen en el medio periodistas deportivos que sí reflejan las afirmaciones de Antonio Alcoba sobre el alto nivel profesional de quienes se dedican a la cobertura deportiva. Podemos mencionar a Pedro García, panelista del programa Al Ángulo, de Movistar Deportes; también a Jaime Pulgar Vidal y a Juan Carlos Ortecho en RPP Noticias. Sin embargo, el periodismo deportivo no solo es el escenario del género masculino, ya que el género femenino ha ganado mucho terreno en los últimos años, sobre todo ahora que las nuevas tecnologías han abierto una nueva ventana de información. En ese sentido, el género femenino ha tenido grandes exponentes en las últimas décadas como Romina Antoniazzi o Carola Román, y más recientemente a Ana Lucía Rodríguez, Andrea Closa, Camila Zapata, entre otras.

3. Diseño metodológico

3.1 Método de investigación e instrumento

El diseño metodológico de esta investigación académica se basa en un enfoque cuantitativo, el cual utilizará el sistema métrico de Valor Agregado Periodístico (VAP) como instrumento y como técnica el análisis de contenido cuantitativo. Ciertamente, debe precisarse que el VAP es explicado por algunos autores como un instrumento, mientras que otros aseguran que es un modelo de análisis cuantitativo o una metodología propia. El VAP se basa en la medición cuantitativa de la presencia o ausencia de estándares profesionales, éticos y deontológicos en el producto informativo, tales como la selección, la jerarquización, el enfoque, la profundidad, la contextualización y la verificación de las noticias (Pellegrini, Mujica, & Edwards, 2006; Pellegrini & Mujica, 2006). Asimismo, el VAP se puede utilizar como un método de investigación con enfoque cuantitativo, ya que permite obtener datos objetivos y comparables sobre la calidad periodística de diferentes medios, géneros, formatos y temáticas.

Es fundamental indicar que el VAP se aplica a dos momentos del proceso informativo: el proceso de selección de la noticia (gatekeeping) y el proceso de creación de la noticia (newsmaking). En el primer momento, se analiza cómo el periodista elige y prioriza los acontecimientos que considera relevantes para informar al público. En el segundo momento, se examina cómo el periodista construye el mensaje informativo, utilizando fuentes, datos, testimonios, recursos narrativos y visuales (Pellegrini et al., 2004; Pellegrini & Mujica, 2006). El siguiente trabajo académico aplicó el VAP para el análisis de la muestra. Según De la Torre y Téramo (2004), el VAP -Valor Agregado Periodístico- es un instrumento utilizado para evaluar la calidad periodística a través del uso de variables atribuidas al proceso de selección y al proceso de creación de la noticia (pp. 31-32).

Esta metodología es utilizada por ambas autoras argentina en su libro *La noticia en el espejo. Medición de la calidad periodística: la información y su público*, el cual intenta mostrar las capacidades de los periodistas de seleccionar y producir lo que es o no una noticia. Ver si el mensaje noticioso es correcto en la medida que es comprensible o difuso, si es adecuado para el público, con el orden y la jerarquización de lo más importante de los hechos noticiosos. Entonces, el VAP tiene un objetivo directo que es medir la calidad agregada de las noticias respecto al cumplimiento de parámetros básicos de la noticia, la cual busca proporcionar información para satisfacer las necesidades de un público lector.

Sin embargo, el VAP no surgió con las autoras mencionadas, por lo que se hará una explicación de lo que es verdaderamente esta herramienta y cómo se utilizará en esta investigación académica. Este instrumento de medición de calidad periodística fue desarrollado por un equipo de profesores de la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Chile, con el apoyo de Fondecyt, entre 1998 y 2004. El Valor Agregado Periodístico (VAP) se fundamenta en la inspección y valoración de la existencia o falta de ciertos elementos que pertenecen a dos fases clave del proceso de información: la etapa de selección y la etapa de producción. (Puente et al., 2004).

Por un lado, el proceso de selección se refiere a la capacidad que tiene el periodista de elegir y jerarquizar los temas, las fuentes y los ángulos que conforman la agenda mediática. Mientras que el proceso de creación se refiere a la capacidad que tiene el periodista de elaborar y presentar la información de forma clara, precisa, relevante, coherente, original y ética (Puente et al., 2004).

Con anterioridad, el VAP se ha utilizado para estudiar y comparar la calidad periodística de medios escritos y audiovisuales en Chile y en otros países hispanoamericanos, como Argentina, Perú, Colombia y México. En dichos estudios de inicios de siglo, se presentaron hallazgos relevantes gracias a la aplicación del VAP que sirven para tener un punto de partida y entender cómo funcionaba este instrumento de análisis periodístico. Por ejemplo, uno de los hallazgos más importantes fue que los medios chilenos presentaron un nivel medio-bajo de calidad periodística, con un VAP promedio de 2,6 sobre 5. Los medios extranjeros, por el contrario, registraron un nivel medio-alto, con un VAP promedio de 3,2 sobre 5 (Puente et al., 2004). Esto indicaba que los medios chilenos tenían un margen considerable para mejorar su calidad informativa y acercarse a los estándares internacionales a principios del siglo XXI.

El VAP ha sido reconocido como una herramienta de análisis de contenido cuantitativo útil y válido para medir la calidad periodística de forma objetiva y sistemática. Sin embargo, también ha sido objeto de críticas y sugerencias de mejora por parte de otros autores e investigadores. Adriana Amado (2009), fue una de las autoras que puso en cuestión este sistema, al señalar su tendencia a la homogenización, por lo que propuso una visión más plural y dinámica de la calidad periodística, que tenga en cuenta las particularidades de cada medio, soporte, género, tema, fuente y receptor. Esta crítica se basa en la concepción normativa y estándar de la calidad periodística que tiene el VAP, la cual no considera la diversidad de criterios, valores y contextos que pueden influir en la producción y recepción de la información. Esta crítica también puede ser válida para ciertos estudios basados en la teoría del newsmaking.

3.2 Universo y selección de la muestra

La selección de la muestra de esta investigación no son los diarios en sí, sino las notas periodísticas -de cualquier género- que publicaron *El Comercio*, *La República* y *Deport*. El

periodo de tiempo para analizar estas notas periodísticas comprende la duración de los Juegos Panamericanos Lima 2019, días antes de iniciados y días después de culminados (del 20 de julio al 14 de agosto). Durante este tiempo, se estimó que -entre los tres diarios ya mencionados- el universo de notas periodísticas fue de 500 piezas, aproximadamente. Por lo tanto, se utilizará un sistema aleatorio de selección para delimitar dicho número de notas periodísticas y evitar cualquier sesgo de la información recopilada. El modelo aleatorio elegido se ha basado en el *Estudio de Calidad Periodística "El Comercio"* (Alessandri et al., 2000), en el cual se seleccionaron los 12 meses del año 1999 como el período de análisis, eligiendo al azar dos días de cada mes, uno entre lunes y jueves, y otro entre viernes y domingo, para obtener una muestra representativa de la variación semanal. La muestra en total comprendía 24 días, que representaba el 6,6% del total de días del año. En el caso de esta investigación se ha seleccionado una muestra de 7 días, la cual representa poco más del 33% de días de cobertura de los Juegos Panamericanos Lima 2019.

3.3 Unidad de análisis

Como se ha mencionado líneas arriba, lo importante son las notas periodísticas o unidades noticiosas. Cada una de las notas periodísticas de los diarios El Comercio, La República y Depor que se usan en esta investigación son consideradas como una unidad de análisis para el estudio. Sin embargo, lo primero que se establecerá es lo que se entiende por “notas periodísticas”, ya que no es de información generalizada su concepto fuera del ámbito periodístico.

La noticia es uno de los géneros periodísticos más importantes y representativos, ya que tiene como objetivo informar sobre un hecho o un acontecimiento de actualidad y de interés público,

de manera objetiva y veraz. La noticia se diferencia de otros géneros periodísticos por su brevedad, su estructura y su estilo.

La brevedad implica que la noticia debe transmitir la información esencial en el menor espacio posible, evitando los detalles innecesarios o redundantes. La estructura de la noticia suele seguir el modelo de la pirámide invertida, en la que se ordenan los datos de mayor a menor relevancia, respondiendo a las preguntas básicas: ¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cómo? y ¿por qué? El estilo de la noticia debe ser claro, preciso y conciso, utilizando un lenguaje divulgativo y neutral, sin expresar opiniones ni juicios de valor (De la Torre & Téramo, 2014).

Los otros géneros periodísticos se pueden clasificar en dos grandes grupos: los géneros de opinión y los géneros interpretativos o mixtos. Los géneros de opinión son aquellos en los que el periodista o el medio de comunicación expresa su punto de vista sobre un tema o un hecho, utilizando argumentos y recursos retóricos. Algunos ejemplos de géneros de opinión son el editorial, el artículo de opinión, la columna o el comentario (Amado, 2005).

Los géneros interpretativos o mixtos son aquellos que combinan la información objetiva con el análisis o la valoración del periodista o del especialista, buscando ofrecer una visión más amplia y profunda de la realidad. Algunos ejemplos de géneros interpretativos o mixtos son la crónica, el reportaje, la entrevista o el ensayo (Ghea & Blázquez, 2020).

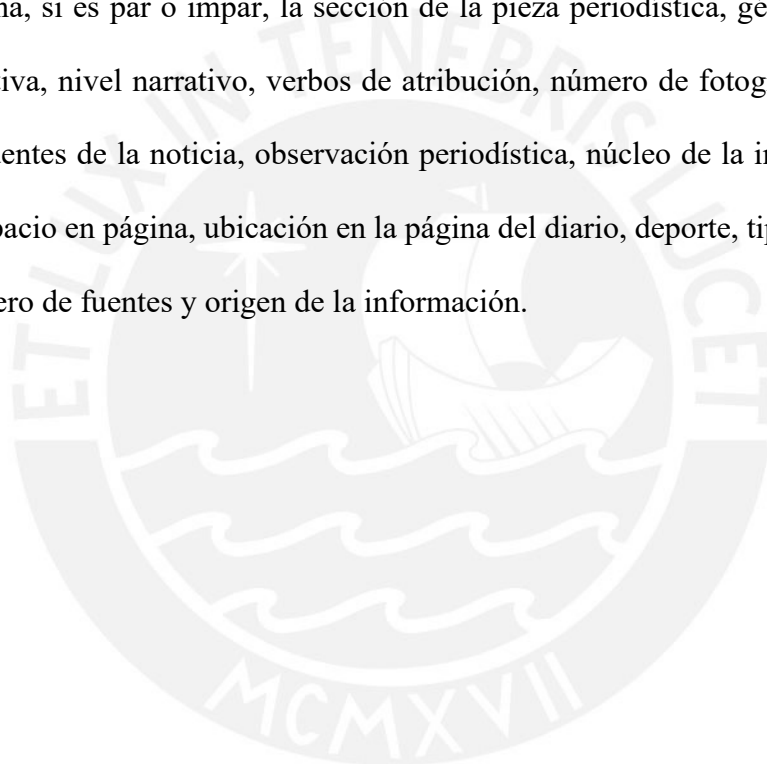
3.4 Técnicas para recoger información

Las técnicas para recoger información que se aplicaron en esta investigación se han basado en el análisis de contenido de las notas periodísticas para extraer datos, según ciertas variables asociadas a la calidad informativa, entre las que se encuentran las relacionadas al proceso de

creación de noticias y al proceso de selección de noticias. Entre las variables más destacadas del proceso de selección de noticias se pueden mencionar las variables de selectividad y las variables de acceso. Por ejemplo, las variables de selectividad están relacionadas con la forma o la capacidad que tienen los medios para determinar lo qué es y no es noticia y no caer en la homogeneización. Mientras que las variables de acceso sirven para identificar de qué manera el periodista consigue tener acceso a la información. Ahora bien, también están las variables más destacadas del proceso de creación de noticias, entre las que se encuentran los indicadores de estilo, indicadores de contenido e indicadores de énfasis. Los indicadores de estilo se refieren al estilo de los periodistas y de los medios impresos a la hora de ofrecer un hecho noticioso; los indicadores de contenido, por su parte, engloba variables como la observación periodística y los antecedentes de la noticia. Por último, los indicadores de énfasis tienen que ver con el punto de vista principal que un periodista le da a una noticia.

Teóricamente, el VAP se aplica mediante una ficha que contiene 25 preguntas que evalúan distintos aspectos de la calidad periodística de las noticias, como la claridad, la precisión, la relevancia, la coherencia, la originalidad y la ética. Cada pregunta tiene una escala de respuesta de 1 a 5, donde 1 significa muy malo y 5 significa muy bueno. La ficha se aplica a cada noticia por dos evaluadores independientes, que asignan una puntuación a cada pregunta. La puntuación final de cada noticia se obtiene promediando las puntuaciones de los dos evaluadores para cada pregunta y luego sumando las puntuaciones de todas las preguntas. El resultado es un índice numérico que expresa el grado de calidad informativa de un medio o de una noticia. El VAP permite comparar y analizar el desempeño informativo de diferentes medios, soportes, géneros o periodistas, así como identificar fortalezas y debilidades en la producción informativa (Puente et al., 2004).

Para esta investigación, si bien se ha partido del VAP como instrumento de medición, se ha optado por aplicar un modelo propio, el cual contempla la elaboración de una matriz con algunas de las variables que utiliza esta herramienta para la medición de calidad informativa, pero también variables propuestas por otros autores. De esta manera, se ha buscado ser lo más analítico e imparcial posible con los medios de comunicación en investigación y con los autores que han dedicado parte de su trabajo a estudiar la calidad informativa o calidad periodística. Dicha matriz, mencionada anteriormente, contempla los titulares de las unidades noticiosas, número de página, si es par o impar, la sección de la pieza periodística, género periodístico, estructura narrativa, nivel narrativo, verbos de atribución, número de fotografías, número de Figuras, antecedentes de la noticia, observación periodística, núcleo de la información, autor de la noticia, espacio en página, ubicación en la página del diario, deporte, tipo de noticia, tipo de fuentes, número de fuentes y origen de la información.



4. Resultados

En este capítulo se presentan los resultados del análisis de la muestra, es decir, de las páginas de los periódicos *El Comercio* y *La República* y *Depor* entre el 20 de julio y el 14 de agosto del año 2019. En este periodo se estudiaron las portadas de ambos diarios para verificar si alguna información relacionada con los Juegos Panamericanos era incluida, aparecía como titular o era la nota principal del diario. Por otro lado, dado que *El Comercio* y *La República* son diarios generalistas, esta investigación se concentró en las secciones deportivas de ambas publicaciones, mientras que en el caso de *Depor* sí se analizaron todas las páginas del diario. Se obtuvo copias fotográficas de las páginas de los tres periódicos en dónde se encontraba información vinculada a los Panamericanos Lima 2019, tanto en las portadas como en las secciones interiores. De esta manera, se pudo armar una base de datos y un archivo fotoFigura propio para su verificación en cualquier fase de la investigación.

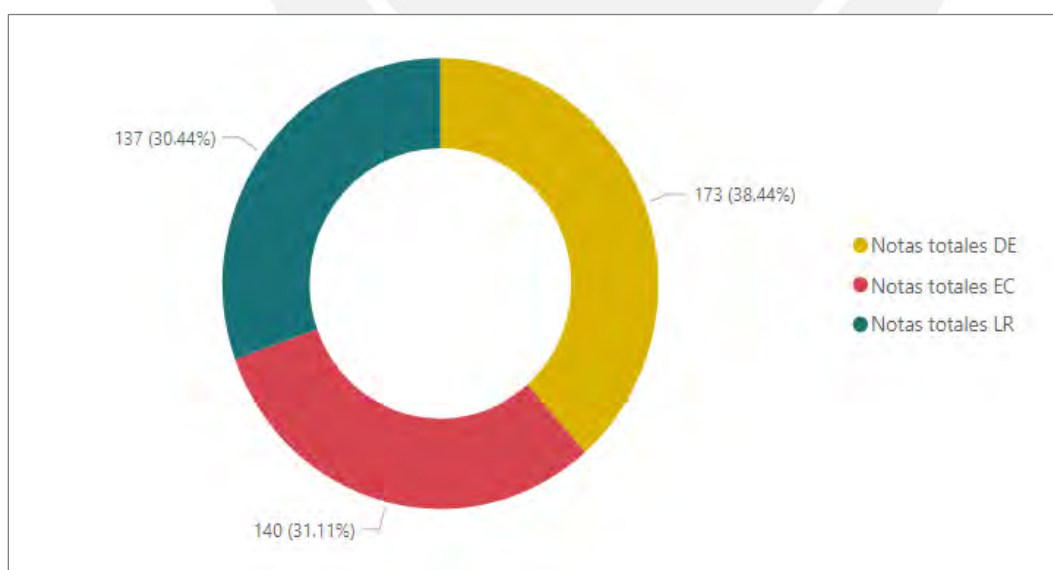
Las piezas que se recolectaron son de distinto género periodístico; pueden ser noticias, crónicas, informes, columnas de opinión, galería de fotos, etc. Esta información se procesó en un documento de Excel que contenía más de una decena de variables principales para organizar las notas por día y fecha. En esta matriz general la información se distribuyó de izquierda a derecha para catalogar número de nota, fechas de publicación, titulares (transcripción precisa del titular y la bajada); y el despliegue en página que se dividía en portada (si aparecía o no), interior (número de página de ubicación de la nota), sección del diario, género periodístico, nivel narrativo, autor, espacio y disciplina deportiva.

4.1 Hallazgos preliminares

Es importante precisar la cantidad de unidades noticiosas o notas periodísticas que han registrado los diarios elegidos y la diferencia de formato entre ellos (tabloide, berlinés o estándar). Por otro lado, cabe destacar que, tal como se explicó en el capítulo del diseño metodológico, las unidades noticiosas y las notas periodísticas son sinónimos para efectos de esta investigación y no generar confusión alguna. Durante el período de análisis, *El Comercio* tenía un formato de berlinés de lunes a viernes, y sábados y domingos utilizaba el estándar o sábana; mientras que *La República* sí mantiene el formato berlinés durante los siete días de la semana. *Depor* respeta un formato de tabloide, más pequeño y compacto que es el más usual en los diarios deportivo. Se encontraron en total 448 unidades noticiosas en los tres medios de comunicación que se dividen en: 140 para *El Comercio* (31,25%), 137 para *La República* (30,58%) y 171 para *Depor* (38,17%) (Figura 1).

Figura 1

Número de piezas periodísticas por diario



Elaboración propia

Como se menciona líneas arriba, en *El Comercio* registramos 140 unidades noticiosas de diferente género. Durante el periodo de estudio de los Juegos Panamericanos Lima 2019, el diario decano publicó 14 columnas de opinión, 46 crónicas (de diversa índole: perfiles, crónicas deportivas, crónicas de espacio, etc.), 6 galerías de fotos, 4 infografías, 22 informes, 44 notas informativas o noticias, y 4 entrevistas.

En el caso de *La República*, se publicaron 137 unidades noticiosas con relación a los Juegos Panamericanos. Las 137 se dividen en 8 columnas de opinión, 30 crónicas (deportivas, perfiles, etc.), 2 entrevistas, 3 informes y 77 noticias.

En *Depor*, se publicaron un total de 171 unidades noticiosas relacionadas a los juegos Lima 2019. Esta cantidad se dividió de la siguiente manera en el diario deportivo: 2 columnas de opinión, 16 crónicas, 7 infografías, 3 informes y 143 noticias o notas informativas.

4.2 Variables de calidad

4.2.1 Variables descriptivas de identificación

Según De la Torre y Téramo (2009a), las variables descriptivas de identificación son aquellas que permiten caracterizar y clasificar las noticias según diferentes criterios, como el medio, el soporte, el tema o el tratamiento. Estas variables no forman parte del cálculo del VAP (Valor Agregado Periodístico), pero sirven para contextualizar y comparar las noticias según su origen, forma y contenido, lo que ayuda a dar una mayor rigurosidad a la investigación. Las variables descriptivas de identificación que utilizan De la Torre y Téramo (2009a) en su modelo VAP son las siguientes: medio, soporte, género, fuente, tema y tratamiento.

Por la variable descriptiva de medio, las autoras argentinas se refieren al medio de comunicación que publica o emite la unidad noticiosa; por ejemplo, en esta investigación se trata de *El Comercio*, *La República* y *Depor*, que son los medios impresos elegidos para el estudio. Al igual que la variable descriptiva de medio, cada variable tiene una explicación distinta. En esta tesis se ha optado por elegir las siguientes variables descriptivas de identificación: cantidad de unidades noticiosas en los diarios, ubicación de la unidad noticiosa en portada y extensión de la unidad noticiosa en la página del diario.

Ciertamente, es importante aclarar que las variables descriptivas de identificación permiten clasificar la información preliminar de las unidades noticiosas de los medios de comunicación analizados. Si bien estas no forman parte del VAP original, el autor considera que sirven para entender a profundidad el contexto del estudio académico y darle una mayor rigurosidad al análisis cuantitativo de contenido. En este caso, se ha considerado poner en contexto las variables mencionadas líneas arriba debido a que permiten una mejor interpretación y comprensión de los medios escogidos y el tipo de información.

4.2.1.1. Cantidad de unidades noticiosas en los diarios

Según el estudio de la Universidad Católica de Chile sobre la calidad informativa de 1999, el modelo aleatorio de selección de noticias que utilizaron en su modelo VAP (Valor Agregado Periodístico) consistió en la selección de los 12 meses del año 1999 como el período de análisis. Los autores eligieron al azar dos días de cada mes, uno entre lunes y jueves, y otro entre viernes y domingo, para obtener una muestra representativa de la variación semanal. Además, se excluyeron los días feriados y los días en que el diario no circuló por motivos de fuerza mayor. De esta manera, se obtuvo así una muestra de 24 días, que representan el 6,6% del total de días

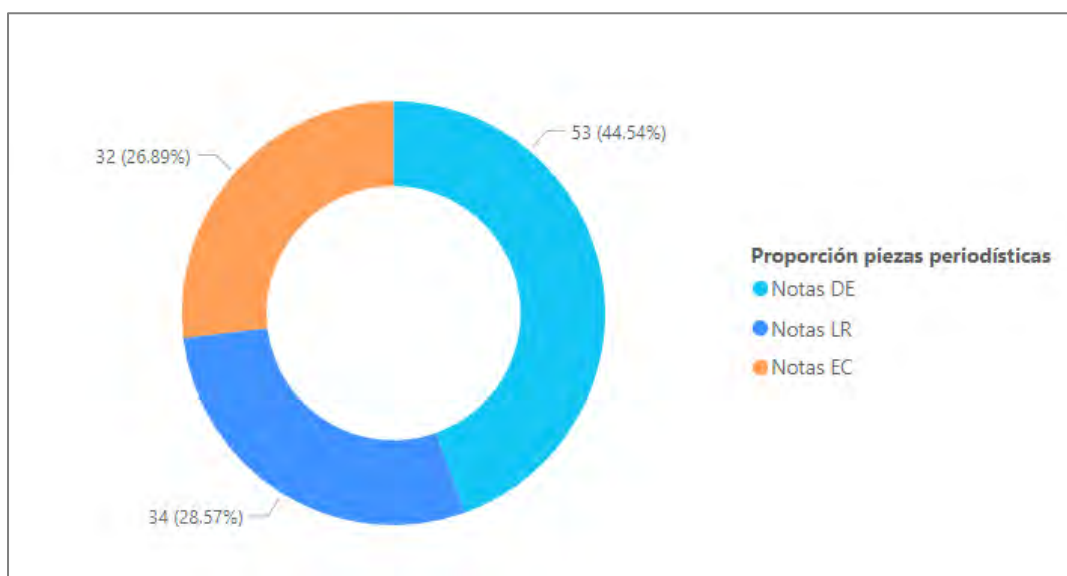
del año. Este modelo aleatorio de selección de noticias se basa en la hipótesis de que la muestra de días es suficiente para reflejar la calidad periodística del diario durante el año 1999.

Con una referencia clara de este modelo aleatorio utilizado en el primer estudio de calidad informativa con la aplicación del VAP en 1999, esta investigación aplicó una selección similar que será explicada de la siguiente manera. El autor tenía un total de 4 semanas para seleccionar aleatoriamente la muestra, por lo que eligió al azar los días para el análisis y obtener una muestra representativa; cabe precisar que como la muestra inició en un día sábado, esta contará como primer día de la semana, siendo domingo el segundo, lunes tercero y así sucesivamente. De la primera semana de la muestra se eligió al azar el lunes y martes, de la segunda semana se eligió miércoles, jueves y viernes, y, por último, de la cuarta semana se eligió sábado y domingo.

De esta manera, se ha obtenido una muestra representativa de la variación semanal con siete días seleccionados. De un total de veintiséis días de base de datos se han seleccionado siete, lo que representa un 26,92% del total de días del periodo de estudio. En esos días seleccionados, hay un total de 119 unidades noticiosas.

Figura 2

Proporción de piezas periodísticas



Elaboración propia

No existe una diferencia marcada en cuanto a la cantidad de unidades noticiosas entre *El Comercio* y *La República*, pero sí la hay con *Depor*, diario que tiene un mayor porcentaje de unidades noticiosas producidas durante los días seleccionados para el estudio (Figura 2). Eso se debe a que, al ser los Juegos Panamericanos un evento deportivo que se desarrolla cada cuatro años, la cobertura ha sido muy pareja entre todos los diarios de referencia en cuanto a cantidad de notas periodísticas. Por otro lado, un diario deportivo tiene mayor cantidad de unidades noticiosas, ya que se trata de un evento de su especialidad, sin embargo, estas primeras cifras no indican que exista una mayor calidad informativa por tener un mayor número de notas periodísticas.

4.2.1.2. Ubicación de las noticias en portada

Para efectos de esta investigación, antes de explicar cómo ha sido la distribución de las unidades noticiosas de los medios en análisis, es preciso hacer una diferencia entre los niveles utilizados. En primer lugar, están los titulares principales o titulares que abren página, que son

aquellos que tienen el mayor espacio en la portada del diario y se les ubica como la noticia principal del día; en segundo lugar están los titulares secundarios, estos se refieren a aquellos titulares que aparecen en portada, pero que no son sobre la noticia más importante del día y tienen un espacio reducido; por último, los titulares llamados menciones, que son aquellos que incluso en algunos casos no van acompañados de una foto y que tienen un espacio muy disminuido a comparación del titular principal y los titulares secundarios.

Nº1 EN RENTABILIDAD
en los fondos 1, 2 y 3 (PERIODO JUNIO 2019 / JUNIO 2018)

El Comercio 180 años

Polémica: Casos en curso implican S/ 360 mbs. en perjuicios al Estado

Podrían quedar sin sanción más de 15 mil funcionarios

Desde abril. Medidas que impuso la contraloría no se pueden aplicar por fallo del TC que suspende facultad de esa entidad para dictar suspensiones.

Efectos. Mil personas han pedido archivar o anular sus procesos. Hay casos simbólicos en juego como Costa Verde del Callao o línea 2 del metro.

Alcalde José Muñoz indica que el monitoreo del sistema en los corredores será permanente. Autoridades de varias instituciones se reúnen a discutir las rutas urbanas.

Se inicia hoy plan piloto de 'pico y placa' en tres ejes viales de Lima

PERU NO CIRCULAN HOY SIACABANENPAR

Aseguran que Keiko Fujimori se reunió con Hinostroza

Serenata de lujo para la patria

PANAMERICANOS de LIMA 2019

Voleibolista Peschiera llevará la bandera del Perú en inauguración

Más noticias

"Avengers: Endgame" recauda más de US\$2.790 mil, y rompe el récord de "Avatar".

Surgen opciones de negocios en el interior del país por las nuevas demandas de la clase media.

Nota. Portada de El Comercio del lunes 22 de julio de 2019.
Ejemplo de una mención en portada: titular relacionado a los Juegos Panamericanos no va acompañado de una foto.

Ahora bien, ¿cómo se han distribuido estas unidades noticiosas en portada? Por el lado de *El Comercio*; durante los siete días analizados, cuatro unidades noticiosas fueron menciones en portadas, dos unidades noticiosas fueron titulares secundarios y una unidad noticiosa fue titular principal o titular abre página. En el caso de *La República*; en los siete días de análisis, cuatro unidades noticiosas fueron menciones en portada, dos unidades noticiosas fueron titulares secundarios y ninguna nota periodística fue titular principal o abre página. Por último, *Depor*; en los siete días analizados, un total de cuatro unidades noticiosas fueron titulares principales o titulares abre página, una nota periodística fue titular secundario, ninguna unidad noticiosa fue mención y unidades noticiosas cerraron el diario en contraportada (la última página del diario).



Nota. Portada de La República del lunes 22 de julio de 2019. Ejemplo de una mención en portada: titular relacionado a los Juegos Panamericanos en espacio muy reducido y con una foto muy pequeña.

En este riguroso análisis de portadas entre los medios impresos de referencia, *El Comercio* tiende a darle más espacio e importancia a las notas periodísticas vinculadas a Lima 2019, mientras que *La República* en ninguno de los siete días analizados pone las unidades noticiosas de los Juegos Panamericanos como titulares principales en su portada. Por otro lado, como representante de los diarios deportivos está *Depor*, cuyos ejemplares, durante los siete días de análisis, incluyen hasta cuatro unidades noticiosas como titulares principales en sus portadas. De esta manera, en un primer nivel de estudio, es preciso determinar que, con relación a las portadas, *Depor* es el diario que más peso le da a las unidades noticiosas relacionadas a los Juegos Panamericanos en su portada, por encima de los diarios de referencia. Sin embargo, a lo largo de este capítulo se podrá determinar si este indicador tuvo una importancia real en el estudio de calidad informativa entre los tres diarios peruanos.



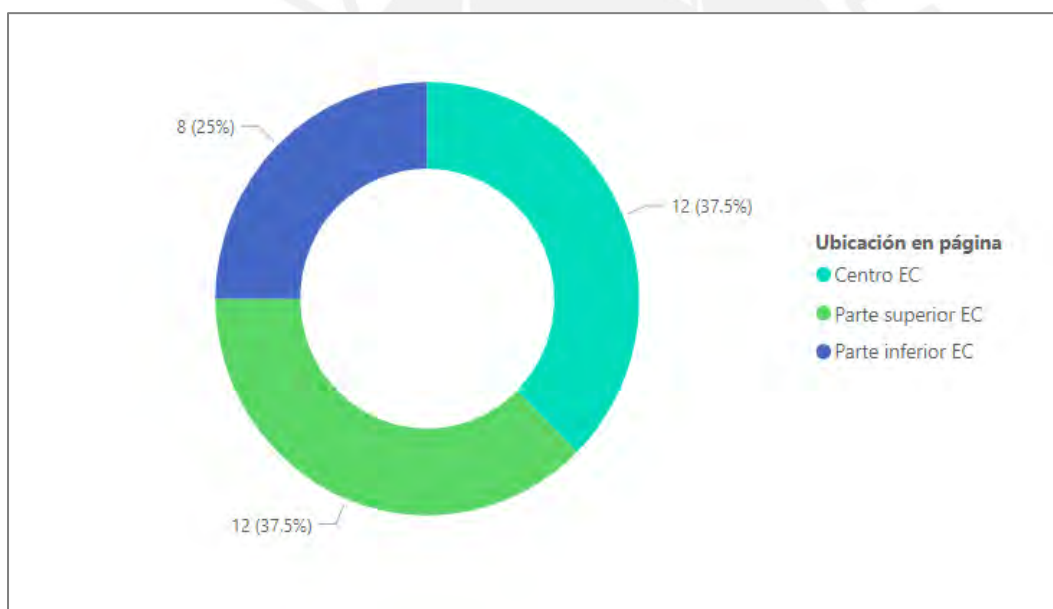
Nota. Portada de *Depor* del miércoles 31 de julio de 2019. Ejemplo de una portada con titular abre página.

4.2.1.3. Ubicación de las noticias en página interior

Tras el análisis de las portadas de *El Comercio*, *La República* y *Depor*, es importante saber la ubicación de las unidades noticiosas en las páginas de cada uno de sus ejemplares, esto quiere decir la jerarquización que tuvo cada nota periodística en la página en la que aparecía. Para este apartado, es preciso explicar que las unidades noticiosas en las páginas de los diarios pueden estar ubicadas en la parte inferior de la página, en la parte superior de la página o en el centro de la página del diario.

Figura 3

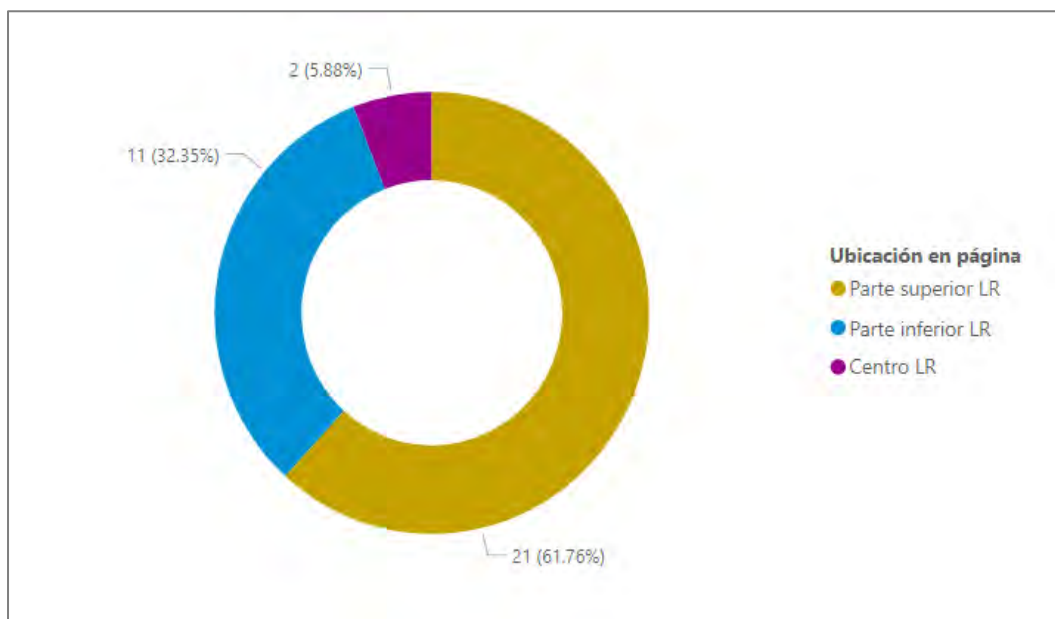
Ubicación de la noticia en El Comercio



Elaboración propia

Los resultados muestran cómo ha sido la distribución de las unidades noticiosas en *El Comercio* durante los siete días analizados (Figura 3). En la herramienta visual, se distingue claramente que doce notas periodísticas han aparecido en la parte superior de las páginas interiores y doce en el centro de la página, mientras que solo ocho aparecen en la parte inferior de la página.

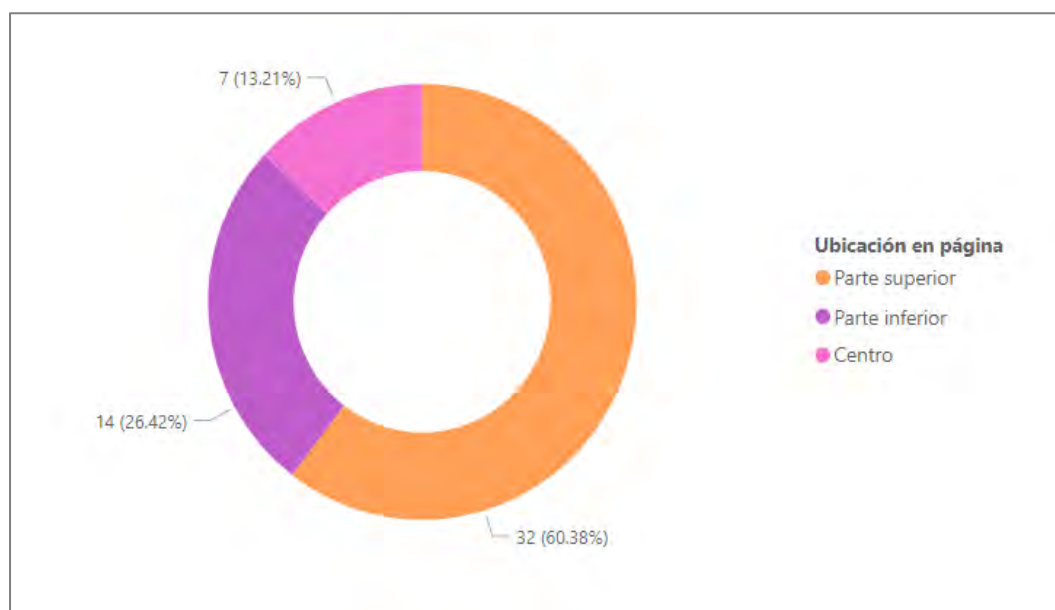
Figura 4

Ubicación de la noticia en La República

Elaboración propia

El segundo diario analizado fue *La República*, el cual tuvo cifras distintas a las de *El Comercio* (Figura 4). El análisis realizado indica que 21 unidades noticiosas aparecen en la parte superior de la página interior del diario, un total de once aparecen en la parte inferior de la página, mientras que únicamente dos aparecen en el centro de la página.

Figura 5

Ubicación de la noticia en Depor

El tercer diario analizado fue *Depor*, el cual tuvo cifras distintas a las de *El Comercio* y *La República* (Figura 5). Aquí se muestra que 32 unidades noticiosas aparecen en la parte superior de la página interior del diario, un total de catorce aparecen en la parte inferior de la página, mientras que solo siete aparecen en el centro de la página. Establecer esta jerarquización en la ubicación de los contenidos es muy importante dado que permite definir una escala de relevancia que cada medio aplica a los contenidos noticiosos analizados.

4.2.1.4. Extensión de las unidades noticiosas en la página del diario

Para ver la extensión de las unidades noticiosas, en *El Comercio*, *La República* y *Depor*, se han establecido cuatro opciones: una página o más; media página o más sin alcanzar la página completa; menos de media página; y menos de un cuarto de página. Estos parámetros permitirán al autor de esta investigación hacer un primer análisis de extensión de las notas periodísticas de los diarios, que servirá para saber qué importancia o cuánta información le daba un medio a un tema en específico.

Figura 6

Extensión de la noticia en El Comercio

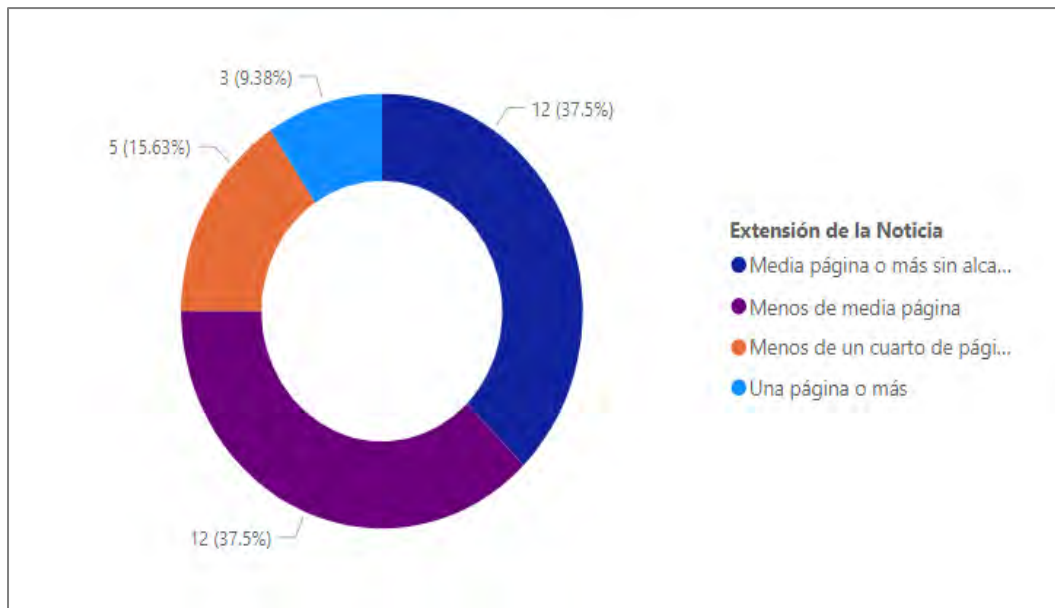


Figura 7

Extensión de la noticia en La República

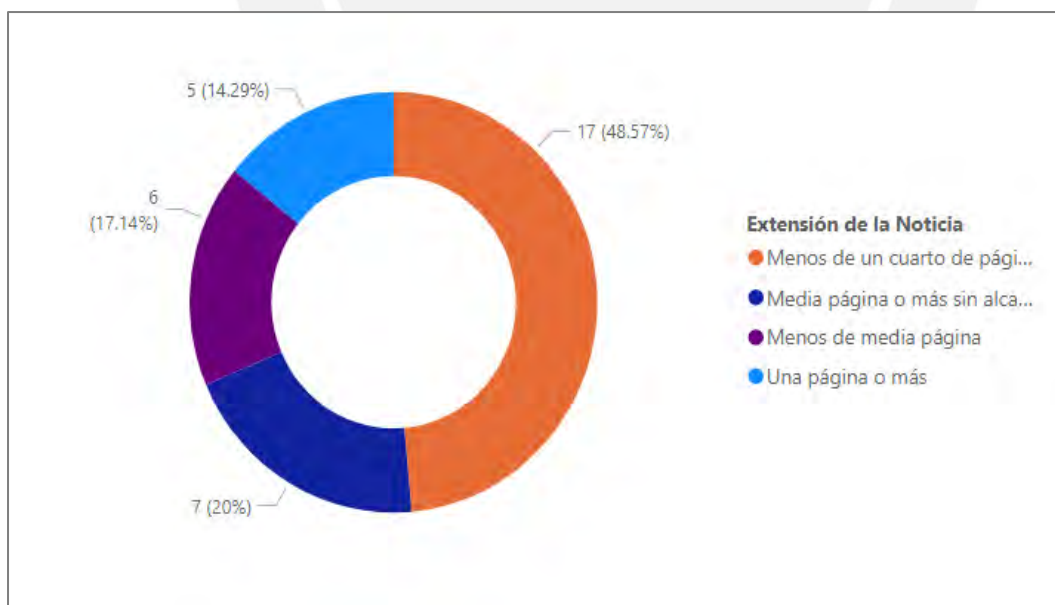
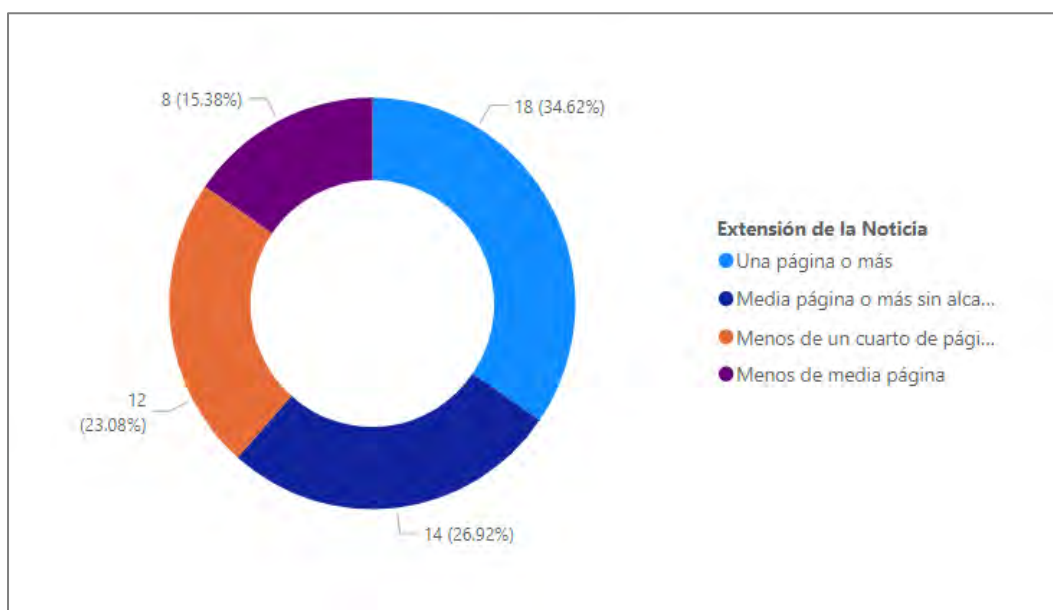


Figura 8

Extensión de la noticia en Depor



4.2.2 Variables del proceso de selección

¿Qué entendemos por proceso de selección de una noticia? Pues, se refiere al proceso de cómo se origina o se escoge un hecho que puede convertirse en una potencial noticia de interés público. Dentro de este proceso, y bajo el modelo VAP aplicado por Téramo et al. (2004), se establecen tres variables principales con incidencia: Selectividad, Acceso y Equidad (p.65-66). La no utilización de la variable de Equidad se debe a que el autor de esta tesis considera que la índole de la propia investigación, enfocada en el análisis de la calidad informativa en el periodismo deportivo, no precisa utilizar dicha variable. Sin embargo, para futuras investigaciones complementarias, sí se emplearán.

Para efectos de este estudio -en el cual se están analizando las secciones deportivas de *El Comercio* y *La República*, además del diario deportivo *Depor* se analizarán las variables de

Selectividad y Acceso. Dentro de cada una de ellas, existen indicadores que conforme avanza la investigación van a ir ofreciendo un escenario más exacto de cada medio de comunicación.

Por el lado de la Selectividad, este estudio ha tomado los siguientes indicadores: tipo de noticia y origen de la información. Ambos son claves pues sirven para saber si los medios optan en su mayoría por noticias actuales o atemporales. Asimismo, permite comprender de dónde proviene la información de las unidades noticiosas de los diarios analizados, con esto se quiere entender cuál es el punto de partida de cada unidad noticiosa de cada medio de comunicación. Por otro lado, los indicadores de las variables de Acceso son más numerosas, entre ellas se destacan el número de fuentes documentales, el número de fuentes personales, los medios citados y los tipos de fuente de las noticias.

Para ser más precisos, se va a dar una explicación de lo qué es una fuente documental y una fuente personal, y así no generar confusión académica para quienes no están familiarizados con los términos periodísticos.

Una fuente documental es aquella que se basa en documentos escritos, Figuras, sonoros o audiovisuales que contienen información sobre un tema determinado. Esta fuente puede ser primaria o secundaria, según su grado de proximidad al hecho que se investiga. Por ejemplo, una fuente documental primaria es aquella que ofrece un testimonio directo y original del hecho, como una ley, un contrato, una carta, un diario, una fotografía, una grabación, etc. Mientras que una fuente documental secundaria es aquella que ofrece un testimonio indirecto y derivado del hecho, como un libro, un artículo, un informe, una estadística, una enciclopedia, etc. (Valero, 2009).

Por otro lado, tenemos a la fuente personal, que es aquella que se basa en personas que tienen conocimiento o experiencia sobre un tema determinado. Una fuente personal puede ser oficial o no oficial, según su grado de autoridad o representatividad en el ámbito que se investiga. Por ejemplo, la fuente personal oficial es aquella que tiene una posición de poder o responsabilidad en una institución, organización o colectivo relacionado con el tema, como un político, un funcionario, un empresario, un líder social, etc. Una fuente personal no oficial es aquella que no tiene una posición de poder o responsabilidad en el ámbito que se investiga, pero que puede aportar información relevante o interesante por su condición de testigo, protagonista, experto o afectado por el tema, como un ciudadano, un vecino, un familiar, un amigo, un académico, un activista, etc (García, 2011).

Tanto las fuentes documentales como las personales son fundamentales para el periodismo, ya que proporcionan datos e informaciones que permiten elaborar las noticias con rigor y veracidad. Sin embargo, las fuentes también pueden tener intereses propios o estar sujetas a errores o manipulaciones. Por eso, el periodista debe seleccionar y contrastar las fuentes con criterio profesional y ético, y citarlas adecuadamente para dar cuenta de la procedencia y la fiabilidad de la información (Cairo, 2012).

4.2.2.1. Indicadores del nivel de selectividad

Las variables de selectividad, según De la Torre y Téramo (2009a) son aquellas que evalúan la capacidad del periodista de elegir y jerarquizar los temas y los ángulos que conforman la agenda mediática. Asimismo, se trata de un tipo de variables que expone la capacidad de los medios para determinar y elegir los hechos noticiosos originales y diversos, sin caer en la mala praxis de no informar a la audiencia sobre acontecimientos realmente relevantes para la sociedad.

La selectividad, como indican Téramo y De la Torre (2004) da cuenta de la capacidad de los medios impresos para determinar y elegir hechos noticiosos originales y diversos (p.68).

El autor de esta tesis ha optado por desarrollar dos variables de selectividad que considera pertinentes, dada la índole de este trabajo de investigación. Estas variables son el tipo de noticia y origen de la información, las cuales serán explicadas a detalle en las siguientes líneas.

TIPO DE NOTICIA

Este indicador es el primero para medir la selectividad. El tipo de noticia puede ser atemporal o actual, pero se dará una explicación más exacta sobre cada tipo de noticia para no caer en la imprecisión de los términos durante el desarrollo de este análisis riguroso de calidad informativa.

Una noticia actual es aquella que informa sobre un hecho reciente, relevante y de interés público, que tiene una conexión directa con el momento presente y que responde a las preguntas básicas del periodismo: qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué. La noticia actual tiene una vigencia limitada por el transcurso del tiempo y la aparición de nuevas informaciones que la actualizan o la desplazan. Además, la noticia actual busca informar a los ciudadanos sobre lo que está ocurriendo en el mundo y en su entorno cercano, y se suele publicar en medios de comunicación de periodicidad diaria o semanal, como periódicos, revistas, radios, televisiones o portales web (Yanes Mesa, 2003).

Por otro lado, la noticia atemporal es aquella que informa sobre un hecho pasado, histórico o curioso, que no tiene una relación directa con el momento presente, pero que puede tener algún valor cultural, educativo o de entretenimiento para el público. Una noticia atemporal tiene una

vigencia más amplia y no depende tanto del transcurso del tiempo ni de la actualidad informativa. Esta busca educar, orientar o satisfacer a los ciudadanos sobre aspectos de la realidad que pueden ser desconocidos, sorprendentes o interesantes, y se suele publicar en medios de comunicación de periodicidad mensual o anual, como suplementos, revistas especializadas o libros.

Figura 9

Tipo de noticia en El Comercio

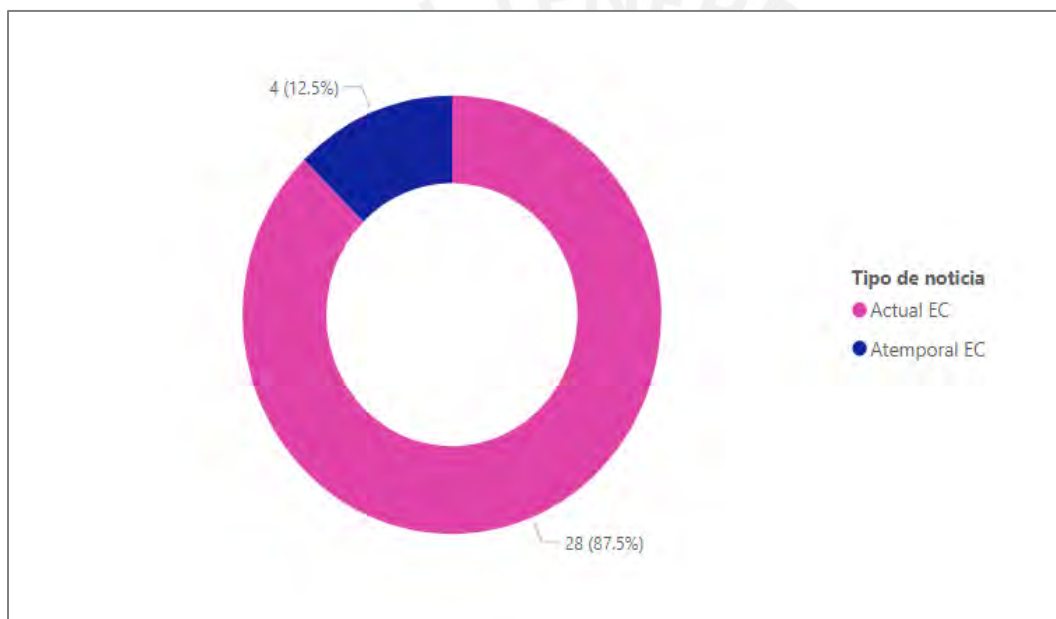


Figura 10

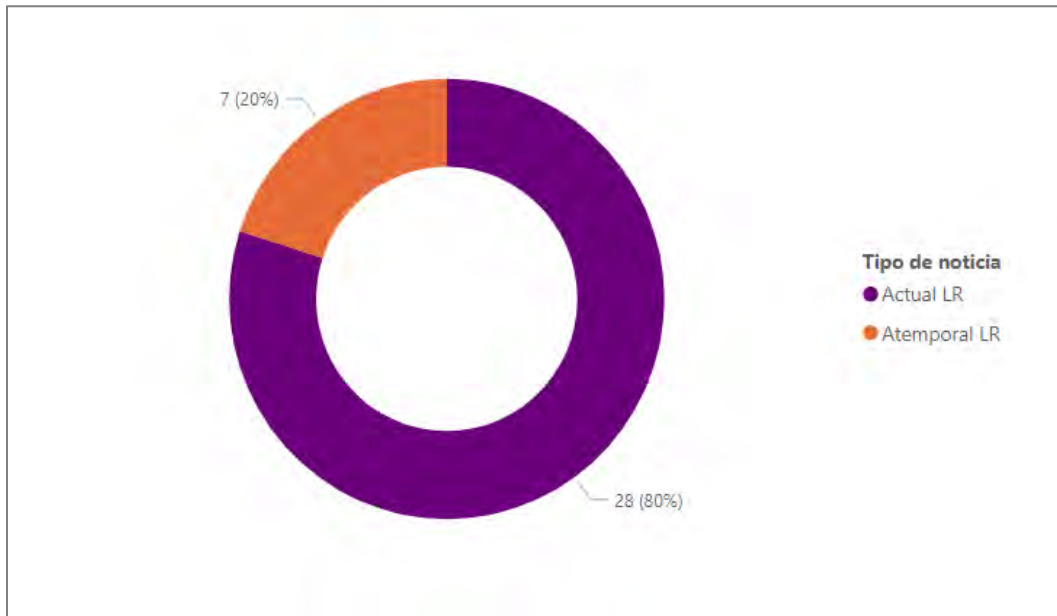
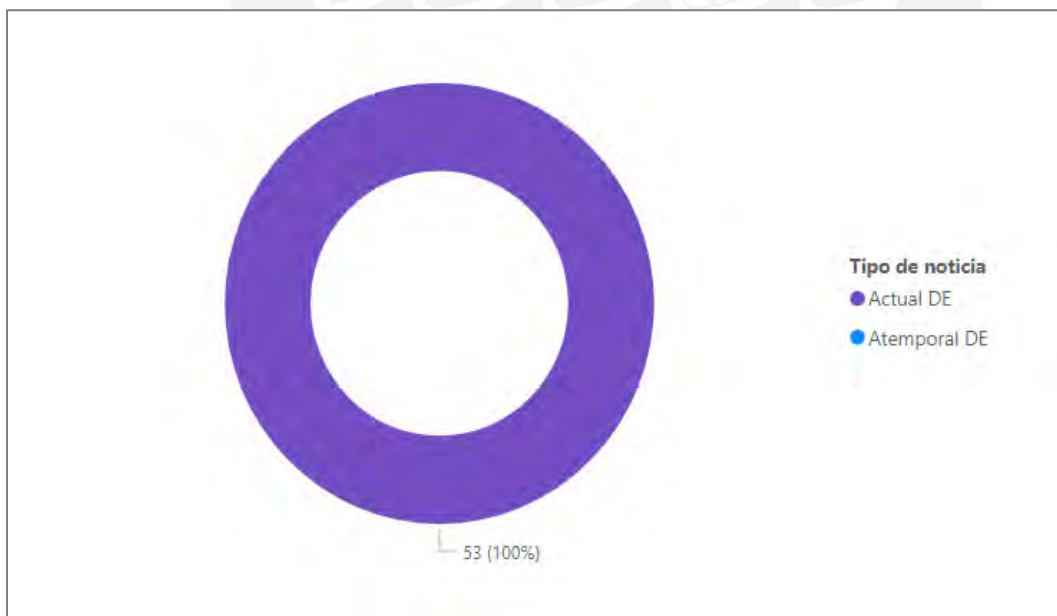
Tipo de noticia en La República

Figura 11

Tipo de noticia en Depor

Se puede observar la distribución por tipo de noticia de cada diario analizado (Figura 9, 10 y 11). En el primero de ellos se observa que *El Comercio* tiene un total de 28 unidades noticiosas

actuales y únicamente 4 atemporales, a su vez, en el segundo se demuestra que *La República* tiene 28 notas periodísticas actuales y 7 atemporales. El caso de *Depor* es distinto, ya que, como se aprecia en el último Figura mencionado, registra un 100% de notas actuales.

Sábado 10 de agosto del 2019

De aprendiz en la Liga Superior de Vóley a verdugo de Perú

La atacante colombiana Amanda Coneo brilla en los Panamericanos.

— MARCO QUILCALCÓN

Con su metro 77 de estatura y su delicada figura, Amanda Daniela Coneo puede pasar desapercibida en un cualquier equipo de vóley. Pero todo cambia cuando el árbitro da por iniciado el partido. Su salto tan elevado, acompañado de su potente mate, puede hacer que cualquier bloque o parezca inútil. Eso ocurrió el último jueves en el coliseo del Polideportivo Callao. Sus 32 puntos, de los 96 que hizo Colombia en total, le dieron la victoria a su equipo (3-1) ante Perú por la segunda fecha del Grupo A del vóley en los Juegos Panamericanos Lima 2019.

Tras su destacada actuación, Amanda despertó una gran cantidad de comentarios. No solo en las tribunas del coliseo, sino también en las redes sociales. Todos mostrando respeto y admiración. Algunos, claro, la recordaron. No es la primera vez que está en nuestras tierras. Ya estuvo aquí y es el ejemplo perfecto de ese cliché que existe en el vóley nacional: "Las extranjeras vienen a aprender a nuestra liga, se van y cuando regresan nos masacran".

Coneo tiene 22 años, aun-



Consolo 17 años Amanda llegó al Perú para defender los colores del Túpac Amaru.

El dato

— Después de caer 3-1 ante Colombia, la selección de Francisco Hervás cerró la fase de grupos anoche ante República Dominicana. Todos los detalles del partido en [elcomercio.pe](#).

que no los aparenta por la solvencia que muestra dentro del campo. En el 2014, a los 17, dejó su natal Cartagena para su primera travesía en el extranjero. Llegó al Túpac Amaru de la Liga Nacional Superior de Vóley con la predisposición de una aprendiz y las metas de una deportista que sueña con llegar a la élite.

"Llegó muy jovencita, muy tierna, pero con una disciplina muy bien marcada. Tenía un potencial enorme, un gran salto y fuerza para los mates; pero carecía de técnica en la muñeca", recuerda Elvia Oli-

vera, jefa de equipo del cuadro de San Juan de Lurigancho desde hace años.

"A simple vista no parecía buena. Pero en los entrenamientos me di cuenta de lo que realmente era. Es la mejor voleibolista que he visto. Pero no solo por su talento innato, sino por su disciplina y ganas de entrenar y mejorar", señala José Castillo, el técnico que la tuvo en el Túpac.

Disciplina es la virtud en la que coincidieron dos personas que la vieron de cerca en los cuatro meses que jugó en la liga nacional. Amanda

siempre soñó con ser voleibolista profesional y trabajó para lograrlo. Porque nada llega sin esfuerzo. Incluso, cuando el 'profe' Castillo le pidió que dejara la comodidad de un departamento en Miraflores para mudarse a San Juan de Lurigancho y entrenar dos veces por día, ella aceptó sin chistar. No titubeó ni puso excusas. Solo quería aprender.

"Hay dos factores importantes que debe tener una persona que quiere ser un deportista de élite: talento y determinación. Ella tenía las dos cosas", analiza Castillo.

— **Futuro sin techo** — Después de dejar el Perú (2015) y aprender mucho en solo cuatro meses, Amanda inició sus estudios en Psicología. Pero tiempo después le llegó la oportunidad de dar el salto a la liga italiana. Partió en silencio a una prueba al club Lardini Filottrano. Solo le bastaron 30 días para encandilar a los dirigentes del club europeo para firmar su primer contrato. Desde allí no paró. Actualmente juega en el Sab Volley Legnano de la Serie A, tras su paso en el Sab Grima Legnano del Campeonato A2. Y, claro, con sus mates casi imposibles de bloquear, nos dejó casi sin chances de conseguir una medalla en Lima 2019. —

Nota. Página interior de edición impresa de El Comercio del 10 de agosto de 2019. Ejemplo de una unidad noticiosa atemporal (perfil).

ORIGEN DE LA INFORMACIÓN

La segunda variable del análisis de selectividad es el origen de la información. En el modelo VAP, el origen de la información se refiere a la fuente o el estímulo que genera la noticia. Según De la Torre y Téramo (2004), existen tres tipos de origen de la información: por iniciativa del medio, por iniciativa de los actores sociales y por iniciativa del periodista.

Para efectos de esta investigación, se ha dividido en cuatro variables de origen de información: por iniciativa, por fuentes, por otros medios y origen indefinido. Cuando el origen de la información es por iniciativa, puede ser del periodista o del propio medio. Cuando la iniciativa es del periodista, significa que el profesional de la comunicación busca, investiga y selecciona los temas que considera de interés público, sin depender de las agendas de otros actores. El periodista actúa como un observador activo y crítico de la realidad, y no como un mero receptor o transmisor de informaciones ajenas. Este tipo de origen de la información implica un mayor grado de autonomía, creatividad y responsabilidad por parte del periodista, así como una mayor calidad informativa para el público (De la Torre & Téramo, 2004, p. 29). Por otra parte, cuando es por iniciativa del medio, significa que la noticia surge de las decisiones editoriales, comerciales o ideológicas del propio medio de comunicación o de su empresa propietaria. Estas decisiones responden a criterios de rentabilidad, audiencia, competencia o línea editorial, y pueden condicionar la selección y el tratamiento de los temas informativos. El periodista actúa como un empleado del medio, y debe seguir las directrices y normas que le impone su organización. Este tipo de origen de la información implica un mayor grado de subordinación, adaptación y limitación por parte del periodista, así como una menor calidad informativa para el público (De la Torre & Téramo, 2004, p. 31).

Ahora bien, cuando se hace referencia al origen de la información por las fuentes, significa que la noticia surge de las acciones, declaraciones o demandas de los diferentes grupos o individuos que participan en la vida pública, como partidos políticos, sindicatos, organizaciones no gubernamentales, empresas, personalidades, etc. Estos actores sociales tienen sus propias agendas e intereses, y buscan influir en la opinión pública a través de los medios de comunicación. El periodista actúa como un intermediario entre los actores sociales y el público, y debe seleccionar, contrastar y jerarquizar la información que recibe de ellos. Este tipo de origen de la información implica un mayor grado de dependencia, influencia y presión por parte de los actores sociales, así como una menor calidad informativa para el público (De la Torre & Téramo, 2004, p. 30).

Cuando se especifica que el origen de la información puede darse a través de las fuentes, el autor se refiere a fuentes personales abiertas que dan declaraciones u ofrecen datos. En ese sentido, las fuentes pueden ser de carácter testimonial, cuando la fuente está involucrada directamente con la noticia y ha participado en ella. También, podrían ser fuentes privadas, gubernamentales, públicas, expertos o no identificadas.

En el caso de que el origen de la información proviene de reproducción de otros medios, es cuando se utiliza la información ya publicada y se hace una nota periodística propia a partir de ella. Esta mala praxis suele suceder en el periodismo deportivo, ya que la “primicia” la suele publicar un primer medio y luego les sigue el resto, agregando algún tipo de dato o cambiando el orden de la información para darle otro ángulo o enfoque.

Figura 12

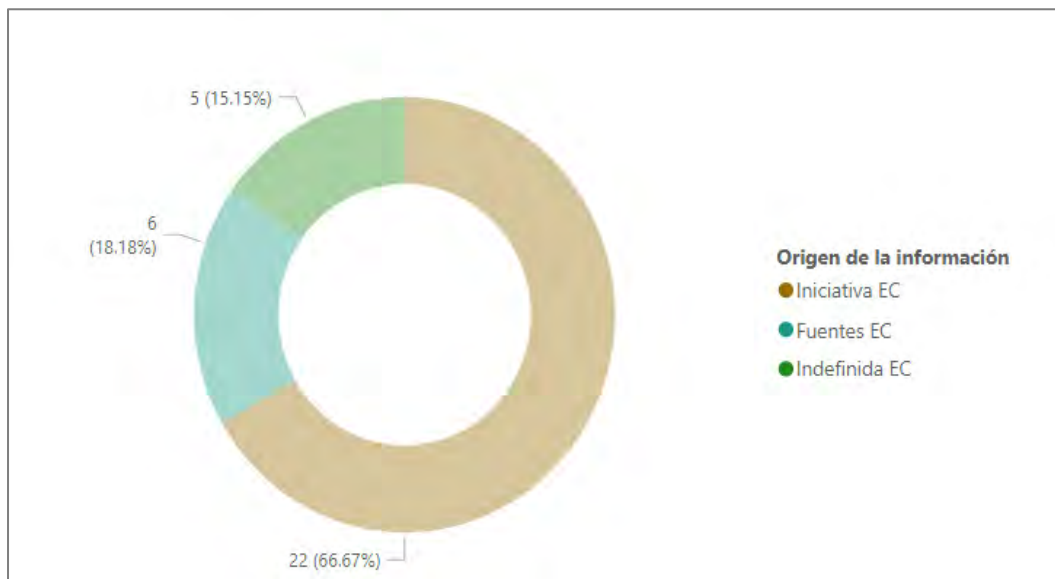
Origen de la información en El Comercio

Figura 13

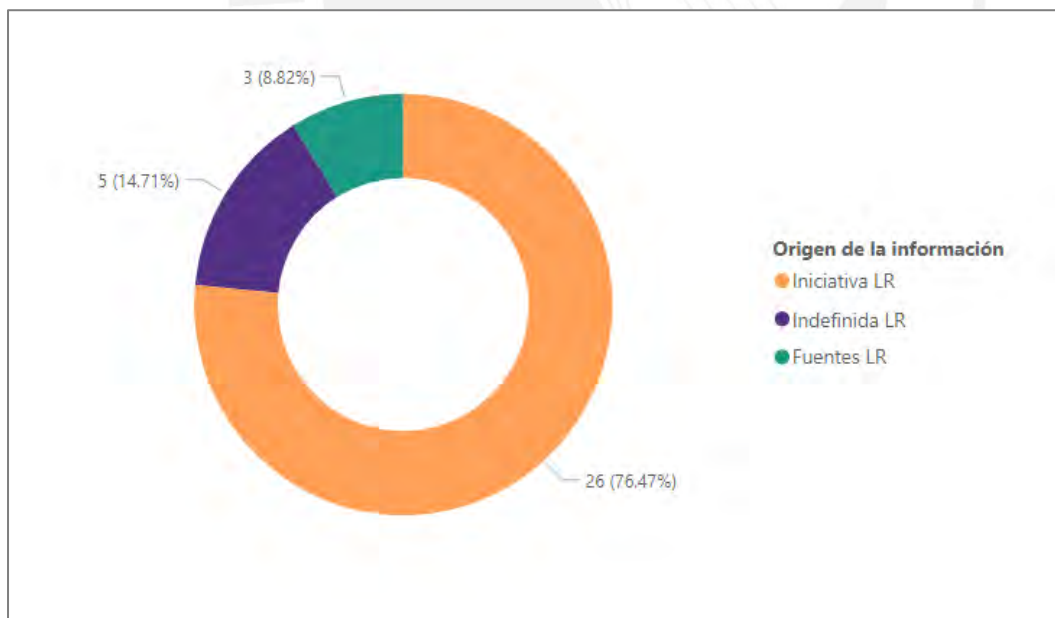
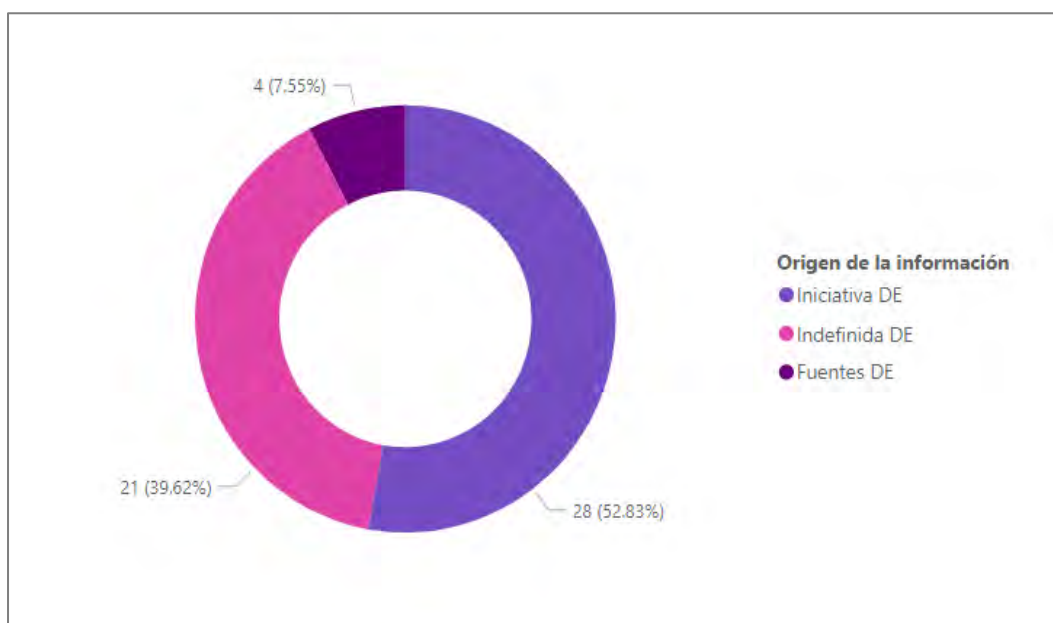
Origen de la información en La República

Figura 14

Origen de la información en Depor**4.2.2.2. Indicadores del nivel de acceso**

Los indicadores del nivel de acceso que se usan en el modelo de análisis VAP de De la Torre y Téramo (2004) son aquellos que permiten medir el grado de facilidad o dificultad que tienen los periodistas para acceder a la información de un hecho noticioso. Estos indicadores se basan en las variables de acceso que son: acceso a los temas, acceso a las fuentes y acceso al público. Cada una de estas variables tiene sus propios indicadores, que se pueden expresar en forma de porcentajes, promedios, índices o escalas.

Para esta investigación, se ha decidido utilizar los indicadores del acceso a las fuentes, los cuales se refieren a la identificación y el uso de las personas, los documentos o los hechos que proporcionan la información sobre los temas. Algunos indicadores del acceso a las fuentes son: el número promedio de fuentes documentales, medios citados y fuentes personales por noticia o reportaje; el porcentaje de fuentes directas, indirectas y neutras; el índice de pluralidad de fuentes; el índice de autoridad de fuentes; la escala de veracidad de la información.

NÚMERO DE FUENTES DOCUMENTALES

El número de fuentes documentales hace referencia a la cantidad de documentos escritos o audiovisuales que se utilizan como fuente de información para elaborar la unidad noticiosa. Estos documentos pueden ser informes, estudios, estadísticas, leyes, libros, artículos, etc. El número de fuentes documentales indica el grado de documentación e investigación que se ha realizado para obtener datos objetivos y verificables sobre el tema. Un mayor número de fuentes documentales implica una mayor calidad informativa (De la Torre & Téramo, 2004, p. 35).

Tanto *El Comercio* como *La República*, en sus secciones deportivas y en las informaciones relacionadas a los Juegos Panamericanos, no cuentan con fuentes documentales de ningún tipo. Al igual que los diarios de referencia, *Depor* tampoco cuenta con fuentes documentales en su contenido periodístico durante Lima 2019.

NÚMERO DE MEDIOS CITADOS

Sobre el número de medios citados, esta variable se refiere a la cantidad de medios de comunicación que se mencionan como fuente o referencia de información para elaborar la nota periodística. Estos medios pueden ser periódicos, revistas, radios, televisiones o portales web. El número de medios citados indica el grado de reproducción o contraste que se ha realizado con otras informaciones publicadas por otros medios sobre el tema. Un mayor número de medios citados implica una mayor calidad informativa. (De la Torre & Téramo, 2004, p. 36).

Con relación a los medios citados, o reproducción de información de otros medios informativos, *El Comercio* y *La República* no utilizan a ninguno para generar algún hecho noticioso para sus diarios. Esto se debe a que, se reitera una vez más, este estudio comprende

las secciones deportivas de ambos diarios. Normalmente, los medios de comunicación en el Perú -en otras secciones de sus diarios- suelen reproducir información de medios extranjeros, por ejemplo, en la sección de noticias internacionales. En el caso de *Depor*, tampoco citan a ningún medio de comunicación ni reproducen información.

NÚMERO DE FUENTES PERSONALES

En referencia al número de fuentes personales, esto se refiere a la cantidad de personas que se entrevistan o consultan como fuente de información para elaborar la unidad noticiosa. Estas personas pueden ser protagonistas, testigos, expertos, autoridades, representantes o ciudadanos relacionados con el tema. El número de fuentes personales indica el grado de diversidad y pluralidad que se ha buscado para obtener opiniones, testimonios o valoraciones sobre el tema. Un mayor número de fuentes personales implica una mayor calidad informativa (De la Torre & Téramo, 2004, p. 37).

Durante los siete días analizados de los Juegos Panamericanos, *La República* presenta un total de 16 fuentes personales en las unidades noticiosas; *El Comercio*, por su parte, registra 24. A diferencia de las fuentes documentales y los medios citados, ambos periódicos se basan en fuentes personales. No obstante, en las notas deportivas, el promedio en ambos sigue siendo bajo. De 0,47 fuentes en las unidades noticiosas de *La República*, y 0,69 en las piezas publicadas por *El Comercio*. En el caso de *Depor*, hay 24 fuentes personales y su promedio en el periodo seleccionado de análisis es de 0,45 por pieza periodística. Estos indicadores en los tres medios analizados dan cuenta que sí se ha utilizado fuentes personales a la hora de elaborar sus notas periodísticas, sin embargo, podrían haber buscado un mayor número de fuentes por unidad noticiosa y, de esta manera, tener un mayor nivel de calidad periodística en esta variable.

TIPO DE FUENTES

Sobre el tipo de fuentes, este indicador se refiere a la clasificación de las fuentes personales según su procedencia. Las autoras distinguen entre cinco tipos de fuentes: gubernamentales, oficiales públicas o privadas, expertos y testimoniales. Un mayor uso de fuentes será sinónimo de una mayor calidad informativa. (De la Torre & Téramo, 2004, p. 41). Por eso, será importante explorar sobre los promedios de fuentes usadas por los medios analizados por cada unidad noticiosa, ya que se hallará el número proporcional de fuentes usadas para la cantidad de notas periodísticas.

En primer lugar, las fuentes gubernamentales son aquellas que provienen de las autoridades o instituciones del Estado, como el gobierno, el parlamento, el poder judicial, los ministerios, las agencias, etc. Estas fuentes suelen tener un alto grado de autoridad y oficialidad, pero también pueden tener un sesgo político o ideológico. Ejemplos de fuentes gubernamentales pueden ser el presidente, un ministro, un juez, un portavoz, un informe oficial, una ley, etc.

En segundo lugar, las fuentes testimoniales son aquellas que provienen de las personas que han presenciado o vivido directamente los hechos que se informan, como los protagonistas, los testigos, las víctimas, los afectados, etc. Estas fuentes suelen tener un alto grado de veracidad y cercanía, pero también pueden tener una visión subjetiva o emocional. Ejemplos de fuentes testimoniales son: el vecino, el familiar, el amigo, el herido, el detenido, etc. En el caso de esta investigación, los deportistas son las principales fuentes testimoniales, ya que son los protagonistas de los acontecimientos noticiosos.

En tercer lugar, las fuentes expertas son aquellas que provienen de las personas que tienen un conocimiento especializado o una experiencia reconocida sobre los temas que se informan,

como los científicos, los académicos, los profesionales, los consultores, etc. Estas fuentes suelen tener un alto grado de profundidad y rigor, pero también pueden tener una opinión personal o una agenda propia que quieran seguir y pueda afectar la perspectiva del medio. Algunos ejemplos de fuentes expertas son el investigador, el profesor, el médico, el economista, el analista, etc.

Finalmente, las fuentes oficiales públicas o privadas tienen dos definiciones. Las públicas hacen referencia a una persona que informa sobre un hecho noticioso desde el cargo público que ostenta, por lo que pueden ser congresistas, senadores, diputados, jueces, etc. Por otro lado, están las privadas, que se refieren a las personas que ejercen un cargo en el sector privado, por ejemplo, dirigentes, ejecutivos de una empresa, voceros de partidos políticos, etc.

En el caso del periodismo deportivo, las fuentes -en su mayoría- suelen ser testimoniales. Tanto en *El Comercio* como en *La República*, el uso de fuentes testimoniales es clave para informar sobre los Juegos Panamericanos, debido a que los protagonistas de la noticia son los deportistas, en su mayoría. En *El Comercio*, utilizaron 21 fuentes testimoniales, una privada y dos gubernamentales. Por el lado de *La República*, se usaron 14 fuentes testimoniales y una privada. Estos números dan cuenta de que ambos medios impresos son dependientes de las fuentes de primera mano, en el caso del deporte, de los atletas, ellos terminan siendo la noticia y la principal fuente de información.

Figura 15

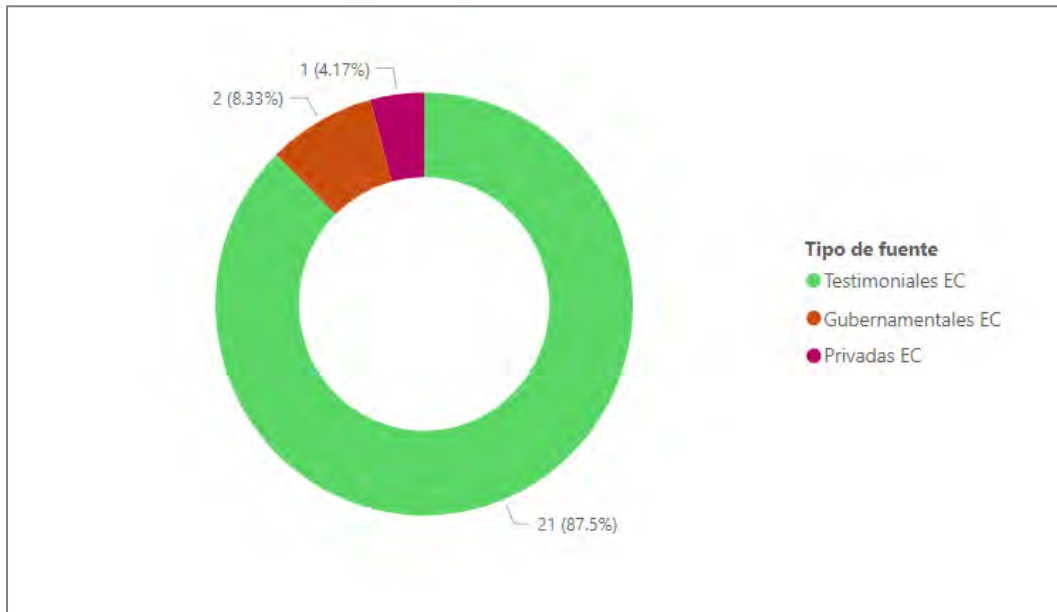
Tipos de fuentes consultadas en El Comercio

Figura 16

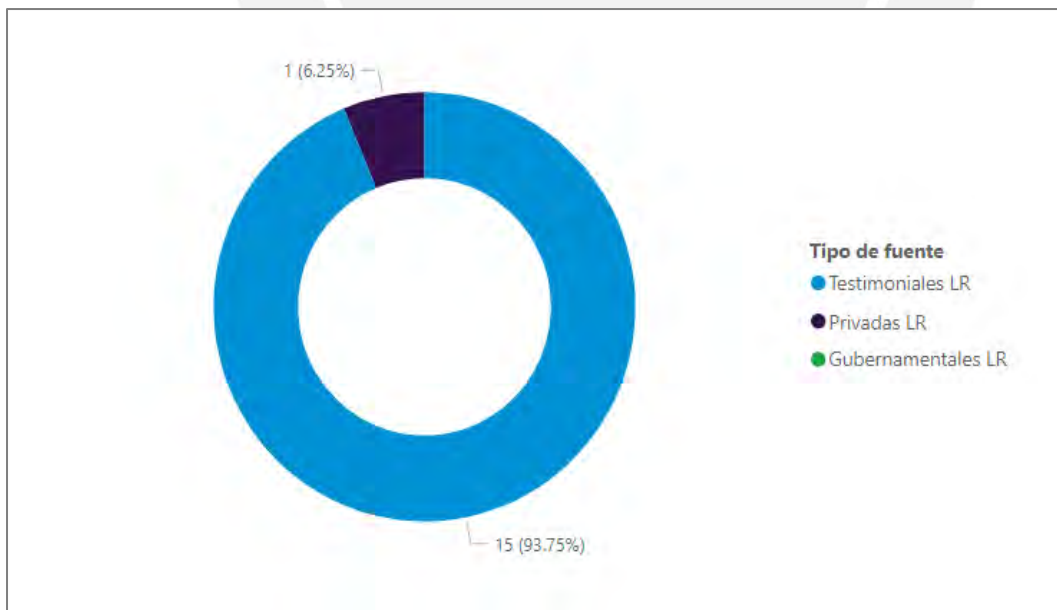
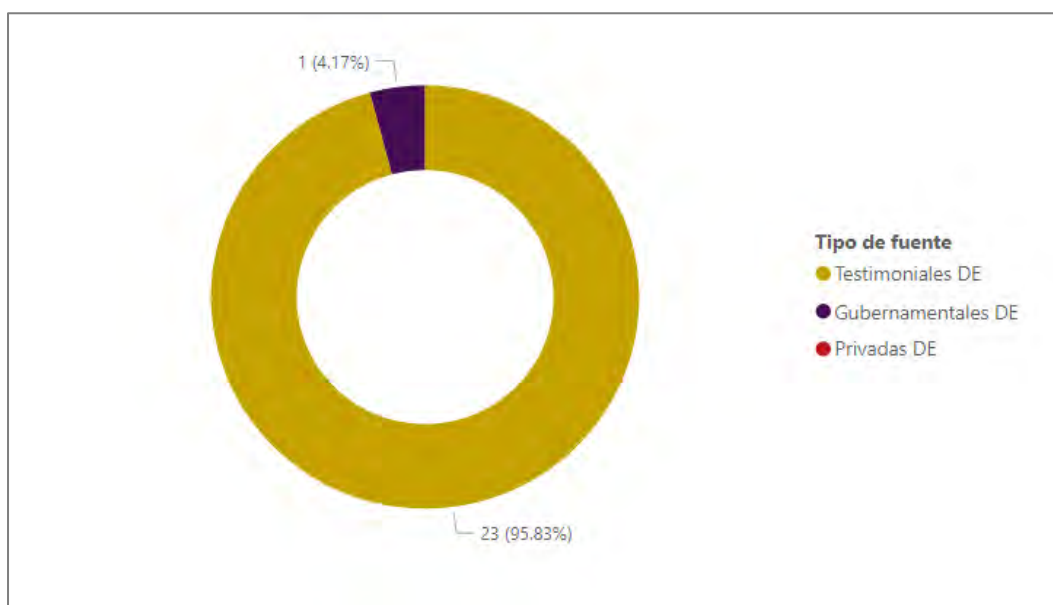
Tipos de fuentes consultadas en La República

Figura 17

Tipos de fuentes consultadas en Depor



4.2.3 Variables del proceso de creación

Luego de haber analizado las variables del proceso de selección, es preciso estudiar las del proceso de creación. Las variables del proceso de creación dan cuenta de cómo escribe el periodista la noticia y qué técnicas de redacción y narración utiliza para ello. En este punto, se plantean dos variables o indicadores: Estilo y Contenido (Téramo & De la Torre, 2004, p. 97). Cada una de estas variables o indicadores propios del proceso de creación de la noticia se van a explicar a profundidad en las siguientes líneas de este estudio académico.

4.2.3.1. Indicadores de estilo

Los indicadores de estilo en el modelo VAP que utilizan De la Torre y Téramo (2004) son aquellos que permiten medir el grado de calidad, rigor y credibilidad del tratamiento de la información que se ofrece al público. Estos indicadores refieren al estilo de los periodistas y de los medios impresos a la hora de ofrecer un hecho noticioso. El lenguaje periodístico posee características propias para darle un mejor producto al lector. Entonces, en esta investigación

académica, se estudia la estructura y el nivel narrativos, verbos de atribución, número de infografías y fotografías.

Pero, antes de entrar en el análisis de estos indicadores, es preciso hacer una explicación sobre lo que se entiende por estilo periodístico. El estilo periodístico es el conjunto de normas, recursos y técnicas que se utilizan para redactar y presentar la información en los medios de comunicación, como los periódicos, las revistas, la radio, la televisión o Internet. Según Yanes Mesa (2003), el estilo periodístico tiene como objetivo transmitir la información de forma clara, precisa, objetiva e interesante para el público, respetando los principios éticos y profesionales del periodismo. Además, el estilo periodístico se adapta al tipo de medio, al género informativo y al público al que se dirige, por lo que puede variar según el contexto y la finalidad comunicativa. Sin embargo, existen algunos rasgos comunes que caracterizan al estilo periodístico en general, como son:

- El uso de un lenguaje sencillo, directo y comprensible, evitando las palabras técnicas, las ambigüedades, las redundancias y los eufemismos. Como afirma Martínez-Albertos (1989), el lenguaje periodístico debe ser claro, conciso y correcto.
- La estructura de la información en forma de pirámide invertida, es decir, presentando lo más importante al principio y lo menos importante al final, para facilitar la lectura y la comprensión. Esta estructura responde a las preguntas básicas del periodismo: qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué (y a veces también cómo), para dar cuenta de los hechos de forma completa y ordenada. (Yanes Mesa, 2003)
- La verificación y el contraste de las fuentes de información, para garantizar la veracidad, la pluralidad y la credibilidad de la información. Esto implica el recurso a fuentes diversas, plurales, representativas, autorizadas y contrastadas, así como el

reconocimiento de su procedencia y su grado de implicación o influencia en el tema.

(De la Torre & Téramo, 2004)

- La adaptación al formato y al soporte del medio de comunicación, utilizando los recursos visuales, sonoros o interactivos que sean adecuados y atractivos para el público. Esto implica el uso de fotografías, figuras, mapas o infografías en la prensa; de planos, ángulos, movimientos o efectos en la televisión; o de hipertextos, hipervínculos o multimedia en Internet. (Reig, 2011)

ESTRUCTURA NARRATIVA

En este punto, la variable hace referencia a cómo el periodista ha estructurado el texto final. Para ello, existe un modelo que sigue siendo el preferido de la prensa escrita: la pirámide invertida. ¿En qué consiste? En jerarquizar la información de tal manera que, en el primer párrafo, o ‘gorro’, se pueda poner los datos más relevantes del hecho noticioso, y luego desarrollar en los siguientes párrafos toda la información en orden de importancia decreciente. La pirámide invertida es una técnica periodística que consiste en ordenar la información de mayor a menor importancia, de modo que lo más relevante se presente al principio del texto y lo menos relevante al final. Esta técnica tiene su origen en la Guerra Civil Norteamericana o Guerra de Secesión, cuando los periodistas debían enviar sus crónicas por telégrafo y no sabían si la transmisión se interrumpiría o no. Por eso, empezaron a escribir lo más importante al inicio, para asegurarse de que llegara al destinatario (González & García, 2015). Además, esta tiene como objetivo captar y mantener la atención del lector, ofreciéndole la información esencial en las primeras líneas y respondiendo a las preguntas básicas del periodismo: qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué. De esta forma, el lector puede entender el hecho noticioso con una lectura rápida y superficial, o profundizar en los detalles y el contexto si le interesa. La pirámide invertida también facilita la edición y el recorte del texto, ya que se puede

eliminar la información menos importante sin afectar al sentido global (Martínez-Albertos, 1989).

Otra estructura que puede seguir el periodista es el de la entrevista, la cual consiste en presentar el texto a modo de pregunta y respuesta con la fuente entrevistada. La estructura narrativa de la entrevista en el periodismo es la forma de organizar y presentar la información que se obtiene a través del diálogo entre el entrevistador y el entrevistado. La estructura narrativa puede variar según el tipo, el propósito y el formato de la entrevista, así como según el medio, el género y el público al que se dirige.

La forma cronológica de redacción es otro método utilizado por los periodistas; en él, se redacta el hecho noticioso de manera continuada siguiendo una línea de tiempo de los sucesos. La forma cronológica de redacción en el periodismo es una técnica que consiste en ordenar la información siguiendo el orden temporal de los hechos que se narran, es decir, desde el más antiguo al más reciente o viceversa. Esta técnica se suele utilizar en el género de la crónica, que es un tipo de texto periodístico que relata de manera detallada y ordenada una serie de acontecimientos que tienen interés informativo por su actualidad, relevancia o curiosidad. La forma cronológica permite al lector seguir el desarrollo de los hechos con facilidad y comprender su evolución y sus consecuencias (González & García, 2015). Por otra parte, se adapta mejor a algunos temas que a otros. Por ejemplo, se suele utilizar para narrar acontecimientos que tienen una duración prolongada o que se desarrollan en varias fases, como un proceso judicial, una guerra, una elección o un evento deportivo. También se puede utilizar para contar historias personales o biográficas que tengan un interés humano o social. En cambio, no se suele utilizar para informar sobre hechos breves o puntuales que no requieren una explicación temporal (Reig, 2011).

La estructura narrativa mixta de redacción en el periodismo es una técnica que combina elementos de la estructura narrativa piramidal y la estructura narrativa cronológica, es decir, que presenta la información de mayor a menor importancia, pero siguiendo también el orden temporal de los hechos que se narran. Esta técnica se suele utilizar en géneros periodísticos que tienen una función informativa e interpretativa, como la crónica, el reportaje o la entrevista interpretativa. La estructura narrativa mixta permite al lector conocer lo más relevante al principio, pero también seguir el desarrollo y el contexto de los hechos con detalle y profundidad (Yanes Mesa, 2003).

Y, por último, se ha añadido al modelo aplicado por Téramo y De la Torre a la estructura de opinión, la cual sirve para las columnas de opinión y no posee rasgos de las otras estructuras ya mencionadas. La estructura narrativa de opinión es una técnica que consiste en expresar la valoración personal del autor sobre un tema de actualidad, relevancia o interés para el público. Esta técnica se suele utilizar en géneros periodísticos que tienen una función argumentativa y persuasiva, como el artículo de opinión, la columna, la crítica o el editorial. La estructura narrativa de opinión permite al autor mostrar su punto de vista, defender su postura y convencer al lector, utilizando argumentos racionales, emocionales o éticos (Reig, 2011).

Figura 18

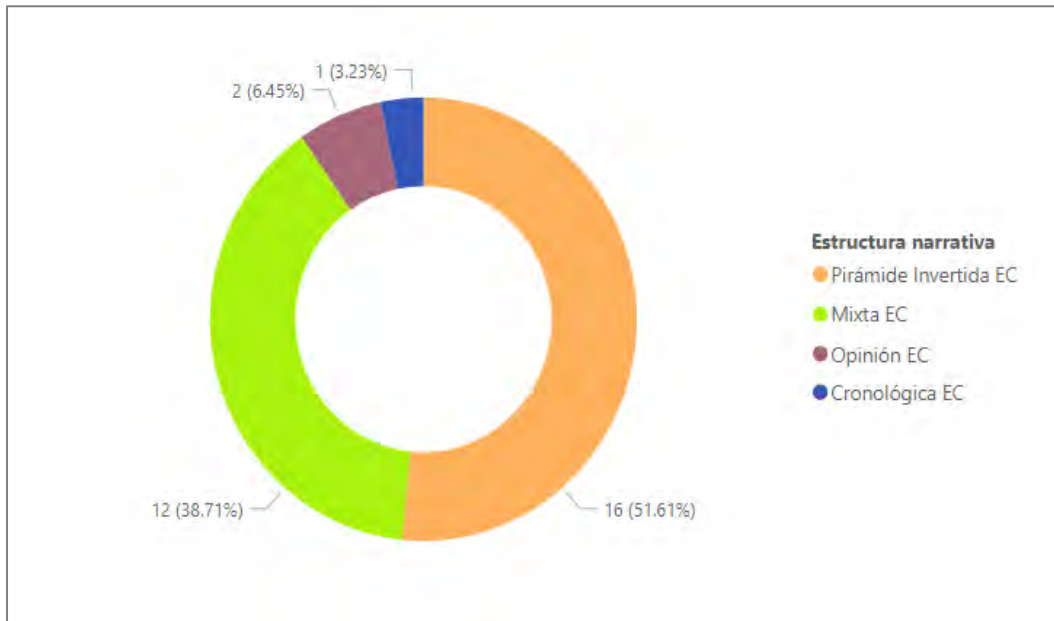
Estructura narrativa en El Comercio

Figura 19

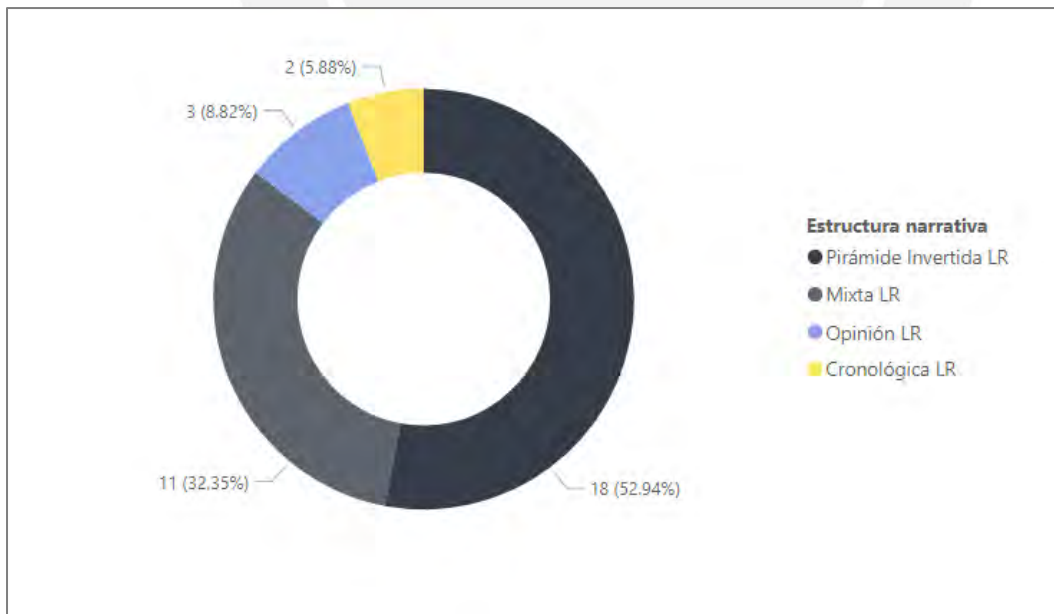
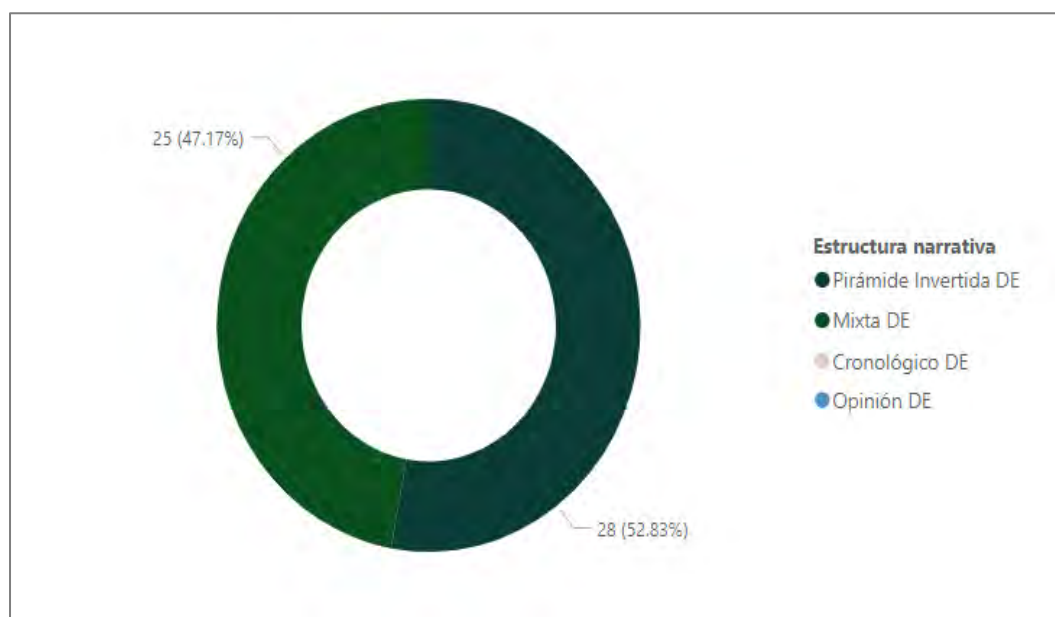
Estructura narrativa en La República

Figura 20

Estructura narrativa en Depor

Tanto en *El Comercio* como en *La República*, esta variable está dominada por la pirámide invertida, en segundo lugar, aparece la estructura mixta, luego la forma de opinión, y, por último, el estilo cronológico (Figura 18 y 19). Lo que quiere decir que la estructura más antigua, la pirámide invertida, continúa siendo la preferida por ambos medios impresos para presentar las noticias. En el caso de *Depor*, los hallazgos demuestran que durante los siete días analizados únicamente utilizaron la estructura clásica de la noticia, la pirámide invertida, y la estructura narrativa mixta (Figura 20).

NIVEL NARRATIVO

El nivel narrativo es una de las variables que se usan en el modelo VAP de análisis de calidad informativa, propuesto por De la Torre y Téramo (2004). Esta variable se refiere al grado de procesamiento y elaboración del discurso de las fuentes de información que se utiliza para redactar la noticia o el reportaje.

Según las autoras, el nivel narrativo de transcripción es cuando la noticia o el reportaje se limita a transcribir literalmente lo que dicen las fuentes, sin ningún tipo de intervención del periodista. Este nivel implica una falta de trabajo periodístico y una dependencia total de las fuentes. El nivel narrativo de procesamiento es cuando la noticia o el reportaje interpreta o analiza lo que dicen las fuentes, pero respetando su veracidad y pluralidad. Este nivel implica un trabajo periodístico avanzado y una independencia total de las fuentes (De la Torre & Téramo, 2004, p. 29).

De acuerdo con De la Torre y Téramo (2004), el nivel narrativo puede calificarse de la siguiente manera:

- Nivel 0: cuando la noticia o el reportaje se limita a transcribir literalmente lo que dicen las fuentes, sin ningún tipo de intervención del periodista. Este nivel implica una falta de trabajo periodístico y una dependencia total de las fuentes.
- Nivel 1: cuando la noticia o el reportaje reproduce parcialmente lo que dicen las fuentes, pero introduciendo algunas modificaciones sintácticas o léxicas. Este nivel implica un mínimo de trabajo periodístico y una dependencia relativa de las fuentes.
- Nivel 2: cuando la noticia o el reportaje resume o parafrasea lo que dicen las fuentes, pero manteniendo su sentido original. Este nivel implica un trabajo periodístico moderado y una independencia relativa de las fuentes.
- Nivel 3: cuando la noticia o el reportaje interpreta o analiza lo que dicen las fuentes, pero respetando su veracidad y pluralidad. Este nivel implica un trabajo periodístico avanzado y una independencia total de las fuentes.

El nivel narrativo es un indicador de la calidad, el rigor y la credibilidad del tratamiento de la información que se ofrece al público. Un mayor nivel narrativo implica un mayor nivel de

calidad informativa, ya que demuestra que el periodista ha procesado y elaborado la información con criterios profesionales, sociales y éticos.

Figura 21

Nivel narrativo en El Comercio

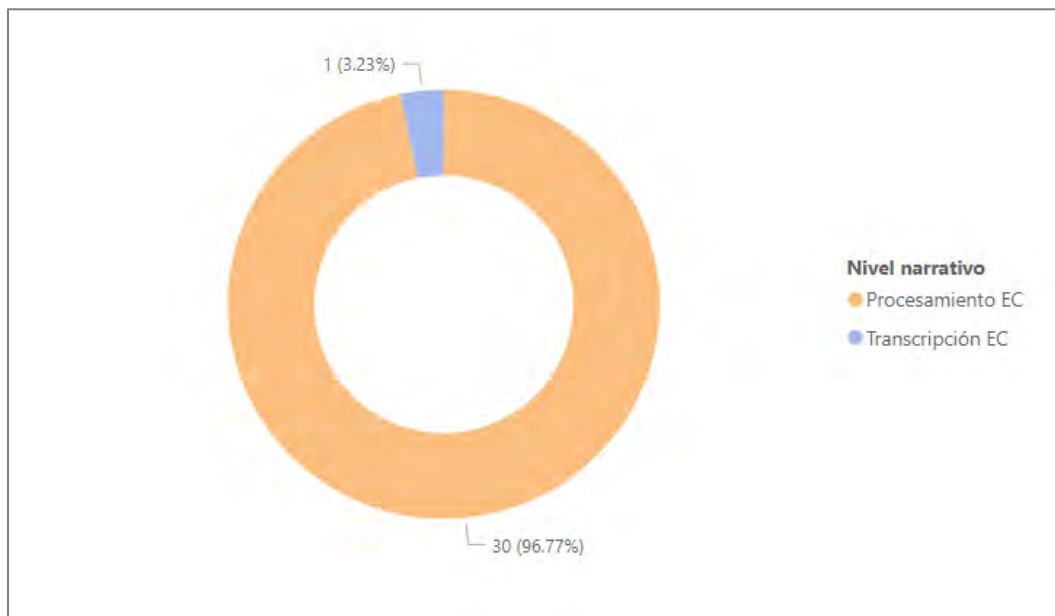


Figura 22

Nivel narrativo en La República

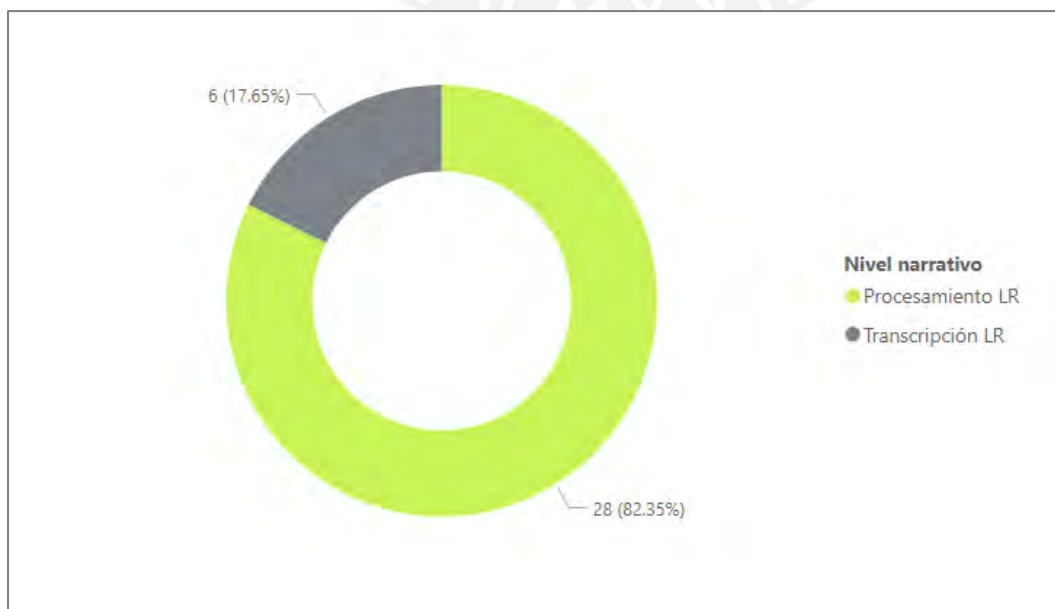
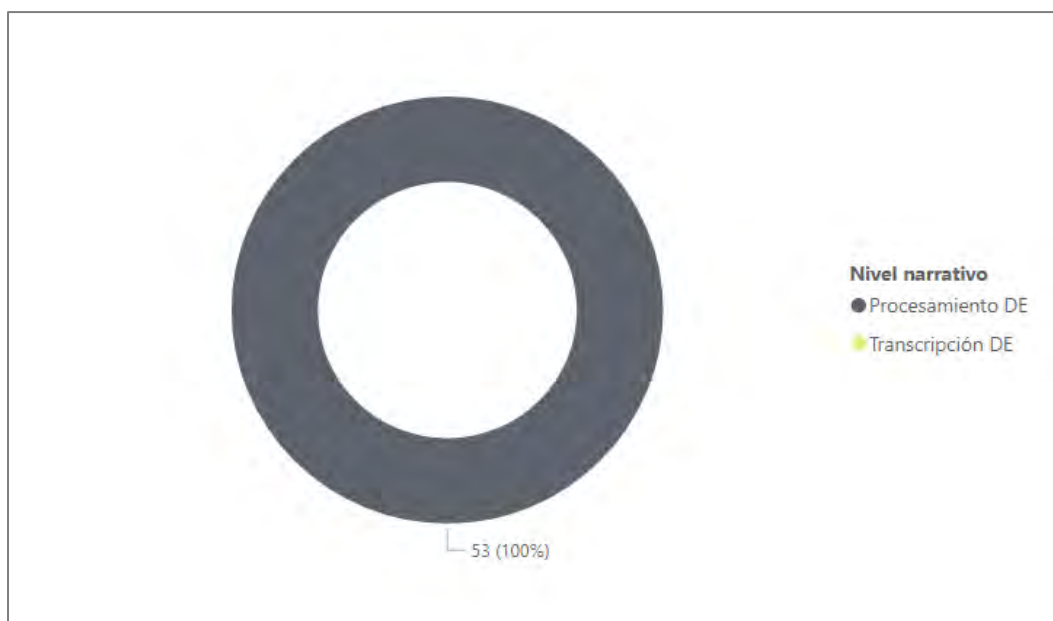


Figura 23

Nivel narrativo en Depor

En el caso de *El Comercio*, sólo el 3,2% se vincula con una transcripción y el 96,8% se refiere al procesamiento por lo que es claro que hay un trabajo del redactor para tratar de no depender de las fuentes (Figura 21). Por el lado de *La República*, el 81,8% se refiere a procesamiento y 18,2% de las notas a transcripción (Figura 22). En ese sentido, el diario de los Miró Quesada obtiene una ligera ventaja del actuar de los periodistas. Por el lado de *Depor*, la situación es distinta, ya que no registró unidades noticiosas con nivel narrativo de transcripción, sino todo lo contrario, el 100% de las notas periodísticas analizadas durante 7 días tuvieron un nivel narrativo de procesamiento (Figura 23).

NÚMERO DE VERBOS DE ATRIBUCIÓN

El número de verbos de atribución en el modelo VAP es un indicador del nivel narrativo de la noticia o el reportaje, es decir, del grado de procesamiento y elaboración del discurso de las fuentes de información que se utiliza para redactar el texto. Según De la Torre y Téramo (2004),

los verbos de atribución son aquellos que se usan para indicar que una afirmación o una cita procede de una fuente determinada, como, por ejemplo: afirmar, admitir, asegurar, comentar, confirmar, explicar, indicar, etc. Por otra parte, en periodismo, los verbos de atribución están vinculados al periodismo de declaraciones o periodismo declarativo, por ello se procederá a explicar este concepto.

El periodismo de declaraciones es un modelo especialmente presente en el periodismo político, pero también se ha extendido a la información deportiva o a la llamada prensa del corazón. A pesar de su uso habitual en los medios, es una práctica muy criticada (Vázquez, 2006).

Asimismo, Reig (2011) lo vincula con el concepto de *agenda setting* o establecimiento de la agenda, que se refiere a la capacidad de los medios de comunicación para influir en la percepción y la opinión pública sobre los temas relevantes. Según este autor, el periodismo de declaraciones favorece una agenda impuesta por las fuentes informativas, especialmente las que ocupan los lugares más relevantes en la jerarquía política, económica, social y cultural (Reig, 2011).

El periodismo de declaraciones afecta negativamente a la calidad informativa, ya que implica una falta de trabajo periodístico, una dependencia total o relativa de las fuentes, una minoración o una dejación del papel de mediador e intérprete del periodista y una distorsión o un filtro subjetivo de la realidad (Munive, 2016).

El número de verbos de atribución puede variar según el nivel narrativo que se adopte. Así, un nivel narrativo 0 implica una transcripción literal de lo que dicen las fuentes, sin ningún tipo de intervención del periodista. En este caso, el número de verbos de atribución es muy alto, ya que

se reproduce cada declaración con su correspondiente verbo. Un nivel narrativo 1 implica una reproducción parcial de lo que dicen las fuentes, con algunas modificaciones sintácticas o léxicas. En este caso, el número de verbos de atribución es moderado, ya que se mantiene la referencia a la fuente, pero se simplifica el discurso. Un nivel narrativo 2 implica un resumen o una paráfrasis de lo que dicen las fuentes, manteniendo su sentido original. En este caso, el número de verbos de atribución es bajo, ya que se reduce la cita a la idea principal y se omite la referencia a la fuente en algunos casos. Un nivel narrativo 3 implica una interpretación o un análisis de lo que dicen las fuentes, respetando su veracidad y pluralidad. En este caso, el número de verbos de atribución es nulo o casi nulo, ya que se asume la autoría del discurso y se integra con la información propia del periodista.

En el caso de *El Comercio*, ellos tienen un promedio de 1,22 verbos de atribución por nota en su sección deportiva, *Deporte Total*. *La República*, luego de este estudio, se ve que posee un promedio de 0,97 verbos de atribución por nota. Por último, en el caso de *Depor*, el promedio de verbos de atribución por noticia es de 0,89. Estas métricas demuestran que no existe una tendencia conjunta por depender de las fuentes para informar hechos durante la cobertura de Lima 2019.

NÚMERO DE FOTOGRAFÍAS

La fotografía en el periodismo es un recurso fundamental para transmitir la realidad de los hechos y generar un impacto en la audiencia. La fotografía periodística tiene la función de informar, documentar, denunciar, educar y sensibilizar sobre los acontecimientos que ocurren en el mundo. Además, la fotografía periodística es una forma de expresión artística que requiere de una técnica, una ética y una estética propias.

Martín Vivaldi (1973), en su libro *Géneros periodísticos: reportaje, crónica, artículo*, define la fotografía como “la imagen fija que ilustra o complementa una información escrita o hablada” (p. 139). Además, el autor señala que la fotografía periodística debe cumplir con los requisitos de veracidad, actualidad, interés y calidad. Por otra parte, Susan Sontag (1977), en su libro *Sobre la fotografía*, analiza el poder de las imágenes para crear una conciencia colectiva sobre los problemas sociales y políticos. Sontag afirma que “la fotografía es el invento más importante del Siglo XIX, porque ha cambiado radicalmente la forma de ver el mundo” (p. 15).

El uso de material Figura que acompañe a las unidades noticiosas en *El Comercio* y *La República* no tiene una diferencia considerable. El primero consta de un promedio de 1,1 fotos por nota, mientras que el segundo tiene 1,56 de promedio por nota, menos de media fotografía por noticia de diferencia entre ambos ejemplares. Ahora bien, en el caso de *Depor*, se registra un promedio de 1,36 fotos por nota periodística. Los promedios de fotografías por nota periodística demuestran que, en los tres medios analizados, al menos todas sus piezas durante la cobertura de los Juegos Panamericanos incluían una foto, dicho dato denota la importancia de este elemento en la construcción y presentación de la noticia.



Nota. Página interior de la edición impresa de Depor del viernes 2 de agosto de 2019. Ejemplo de la importancia de una fotografía de calidad y que aporte valor a la información.

NÚMERO DE INFOGRAFÍAS

La infografía periodística es una herramienta fundamental para el desarrollo del periodismo escrito, ya que permite transmitir la información de forma más eficiente, atractiva y creativa. Este elemento puede complementar o sustituir al texto, ofreciendo una visión más completa y dinámica de la realidad (Valero, 2009). Además, la infografía periodística puede generar un mayor impacto y recuerdo en los lectores, así como fomentar su participación e interacción

(García, 2011). En el ámbito del periodismo deportivo, las infografías pueden utilizarse para armar líneas de tiempo, trayectorias deportivas de atletas, medallas de competiciones pasadas, torneos en los que compitió un deportista, incluso estrategias de juego en algún deporte.

Para crear una buena infografía periodística, es necesario seguir una serie de pasos, como definir el tema y el objetivo, recopilar y verificar la información, seleccionar y organizar los datos, elegir el formato y el diseño más adecuados, y revisar y difundir el resultado (Cairo, 2012). Además, es importante tener en cuenta algunos principios básicos, como la claridad, la precisión, la relevancia, la coherencia, la originalidad y la ética (Valero, 2009).

La infografía se ha convertido en una herramienta fundamental a la hora de presentar una noticia, ya que complementa y aporta datos relevantes de manera visual, que muchas veces ayudan al lector a entender mejor un acontecimiento. En este indicador, se ha encontrado que *La República* no utiliza ninguna infografía que complemente la información brindada en sus notas. Pero *El Comercio* sí lo hace y, de cada diez notas periodísticas, una está acompañada de una infografía. Por último, *Depor* no agregó infografías en el periodo de tiempo analizado. Al tratarse de una métrica tan importante y profunda, los números indican que los tres diarios carecen o deciden prescindir de una herramienta de esta magnitud, también podría concluirse que, para los deportes, estos medios no consideran relevante el uso de infografías.

La sustancia que le encontraron a Mauricio es igual a la de hace cuatro años

Fiol volvió a dar positivo en antidopaje

Lima 2019. Las pruebas del nadador peruano otra vez reportaron presencia de estanozolol. Ya no podrá competir en los Juegos Panamericanos.

— PEDRUCANILLO

Mauricio Fiol pasó de un sueño frustrado a un serena pesadilla. El mismo nadador peruano publicó anoche un video con un testimonio que vuelve a colocarlo en el centro de la polémica. Fiol dio positivo en los últimos dos controles antidopaje efectuados por la Federación Internacional de Atletismo. La sustancia que le encontraron es la misma de hace cuatro años: estanozolol.

"Mi primera responsabilidad es salir y mismo a dar a conocer esta información que me tiene desconcertado, ya que nunca he consumido esa sustancia", explicó Fiol a través de las redes sociales. Al deportista nacional le hicieron cuatro exámenes entre abril y julio. Los dos primeros tuvieron resultado negativo (23 de abril, 22 de mayo) y los dos últimos positivo por estanozolol (30 de junio y 7 de julio).

Recordemos que, en los Juegos Panamericanos Toronto 2015, Fiol dio positivo en el antidopaje luego de haber ganado la medalla de plata en los 100 metros estilo mariposa. Mauricio Fiol, como hace cuatro años, negó el consumo de la mencionada sustancia, que ofrece ventaja

25 años
tiene Mauricio Fiol, quien tuvo su primera y única experiencia olímpica en los Juegos de Londres 2012.

25° lugar
ocupó Fiol en Londres 2012. El estilo donde consiguió los mejores resultados fue en mariposa (100 y 200 metros).

deportiva con su uso. "Sería realmente un miserable con mi familia y todas las personas que me quieren si lo hiciera después de todo lo que me tocó sufrir estos cuatro años. Tendría que ser un héroe o un destructor para merecer una sustancia con la que ya fui sancionado injustamente", explicó en un video divulgado en su página oficial de Facebook.

—Lo que se viene—
Mauricio Fiol había aceptado participar en la competencia por relevos en Lima 2019; sin embargo, ahora ni siquiera estaría en esta modalidad.

En el 2015, el nadador nacional fue castigado por cuatro años fuera de competencias luego del positivo por estanozolol en la primera y segunda prueba. "Lo dié mil veces; no he consumido ninguna sustancia prohibida", nos respondió Mauricio después de Toronto 2015. Aun no hay comunicado oficial de la Federación Internacional de Natación (FINA) ni de la Agencia Mundial Antidopaje (WADA); pero, tras lo declarado por Fiol, lo que quedaría confirmarse la cantidad de años que podría ser sancionado si es considerado reincidente. Ya fuera de competencia,

SUSTANCIA PROHIBIDA EN ALTA COMPETENCIA

¿Qué ocurre cuando se usa el estanozolol?

El estanozolol es un anabólico esteroide usado, sobre todo, en deportes como el fisiculturismo donde es fundamental el desarrollo de la masa muscular. No está prohibido en los gimnasios pero sí en la alta competencia deportiva.

EFFECTOS EN EL CUERPO



El caso más emblemático

Ben Johnson

• Dio positivo por estanozolol después de ganar la medalla de oro en la prueba de 100 metros planos en los Juegos Olímpicos de Seúl 88.

• Fueron 80 nanogramos de estanozolol detectados en la orina de Johnson.

• La IAAF le sancionó de por vida después de una reincidencia por dopaje en 1993.



El estanozolol es una sustancia prohibida por la ley de preservación de la salud y el juego limpio en el deporte. Esto aparece en el capítulo II del Código Médico del Comité Olímpico Internacional.

a Fiol solo le queda intentar demostrar su inocencia. De momento, él mismo ha anunciado que pedirá a FINA la prueba antidopaje luego de su última competencia en el Campeonato Nacional de Chile.

En medio de tantas alegrías por las medallas obtenidas, esta noticia de Mauricio Fiol impacta y deja muchas interrogantes. "Ahora solo me queda limpiar mi nombre", cierra el nadador. Hoy podremos tener noticias oficiales.



Mauricio planeaba establecer marcas para llegar a Tokio 2020.

Nota. Página interior de la edición impresa de El Comercio del viernes 2 de agosto de 2019. Ejemplo de la importancia de una infografía que complementa la información escrita.

4.2.3.2. Indicadores de contenido

Dentro de los indicadores de contenido, se plantean dos variables importantes: antecedentes de la noticia y observación periodística. El primero hace referencia a aquellas noticias que han servido para producir otra en la misma línea de investigación del periodista y sirve como un

primer paso de búsqueda. El segundo, está netamente vinculado a la capacidad del periodista de investigar sobre los acontecimientos que está informando.

De acuerdo con De la Torre y Téramo (2004), los indicadores de contenido evalúan “el conocimiento que tiene el periodista del tema que informa y la autoridad que demuestra en el tratamiento de los contenidos” (p. 103).

ANTECEDENTES DE LA NOTICIA

Como señala García Avilés (2011), “los antecedentes son fundamentales para comprender el presente y anticipar el futuro” (p. 643). La importancia de los antecedentes de la noticia radica en que permiten dar una visión más completa y profunda de la realidad, así como generar una mayor comprensión y reflexión sobre los temas de actualidad. Estos también pueden contribuir a la verificación y la calidad de la información, evitando la desinformación, la manipulación o el sensacionalismo.

Por otro lado, los antecedentes de la noticia pueden favorecer el ejercicio del periodismo crítico e independiente, que busca informar con rigor y responsabilidad a la audiencia, característica fundamental de la calidad informativa. Cuantos menos antecedentes existan en las unidades noticiosas, menor será la calidad informativa según este indicador.

En el caso de *El Comercio*, el 93,5% de las unidades noticiosas no tiene antecedentes, mientras que el 6,5% sí tiene (Figura 24). *La República*, muy similar, afirma que el 93,9% de sus notas periodísticas no contiene antecedentes y el 6,1% sí los tiene (Figura 25). Por otra parte, *Deport* tiene estadísticas distintas a los diarios de referencia, ya que no registra antecedentes en

ninguna de sus notas periodísticas, lo que denota una menor calidad informativa y rigurosidad del medio para tratar la información (Figura 26).

Figura 24

Antecedentes de la noticia en El Comercio

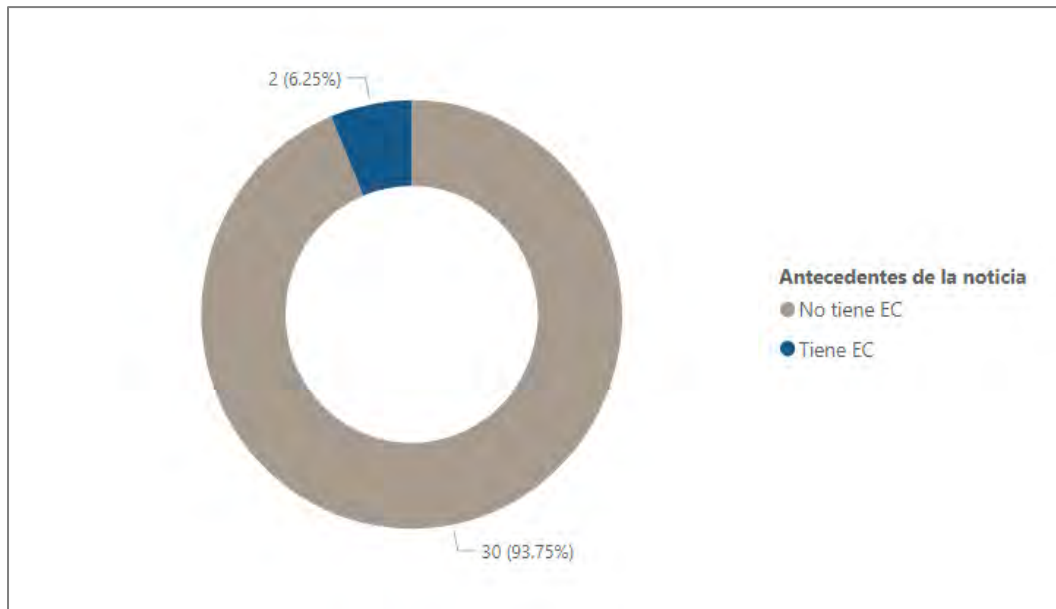


Figura 25

Antecedentes de la noticia en La República

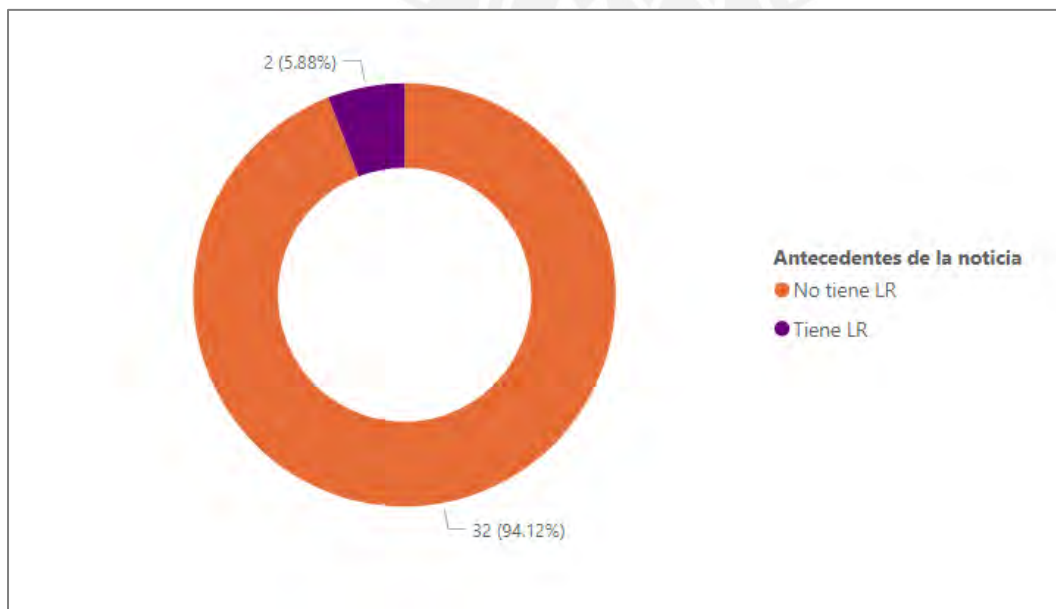
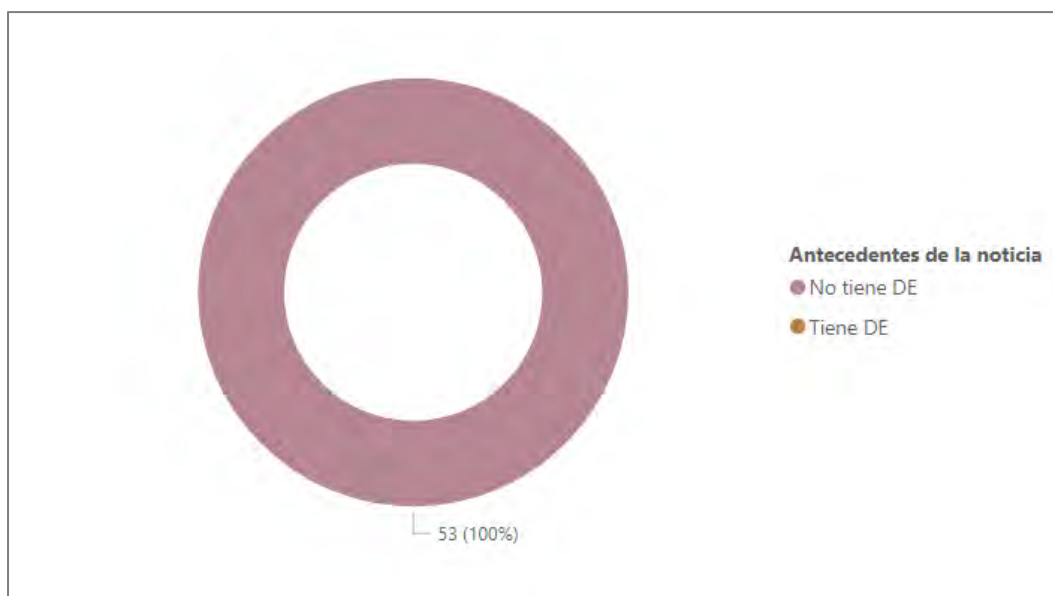


Figura 26

Antecedentes de la noticia en Depor



OBSERVACIÓN PERIODÍSTICA

La observación periodística es una técnica de investigación que consiste en el registro sistemático y detallado de los hechos, las personas, los lugares, los procesos y las interacciones que ocurren en un determinado contexto informativo. La observación periodística puede ser participante o no participante, según el grado de implicación del observador con el objeto de estudio (García, 2011). Lo cierto es que la importancia de la observación del periodista le permite poder recabar información, verificada y contrastada de primera mano.

La observación periodística también permite conocer las rutinas, los criterios, las prácticas y los problemas que afectan a la producción informativa en los medios de comunicación, así como las percepciones y las actitudes de los periodistas y de los receptores de la información (Valero, 2009). Para analizar la calidad informativa, la observación periodística es clave,

puesto que facilita la precisión, relevancia, profundidad y originalidad de lo que presenta el periodista en su pieza periodística.

En este apartado de estudio de los medios de referencia, se encontró que existe una ligera ventaja a favor de *El Comercio*, pues el 64,5% de sus notas tiene observación periodística y el 35,5% no tiene (Figura 27). En el caso de *La República*, 51,5% no tiene observación periodística, y el 48,5% sí tiene (Figura 28). Finalmente, en el diario deportivo de este estudio, *Depor*, el 78,10% de sus notas no tiene observación periodística, mientras que el 18,90% sí tiene (Figura 29).

Figura 27

Observación periodística en El Comercio

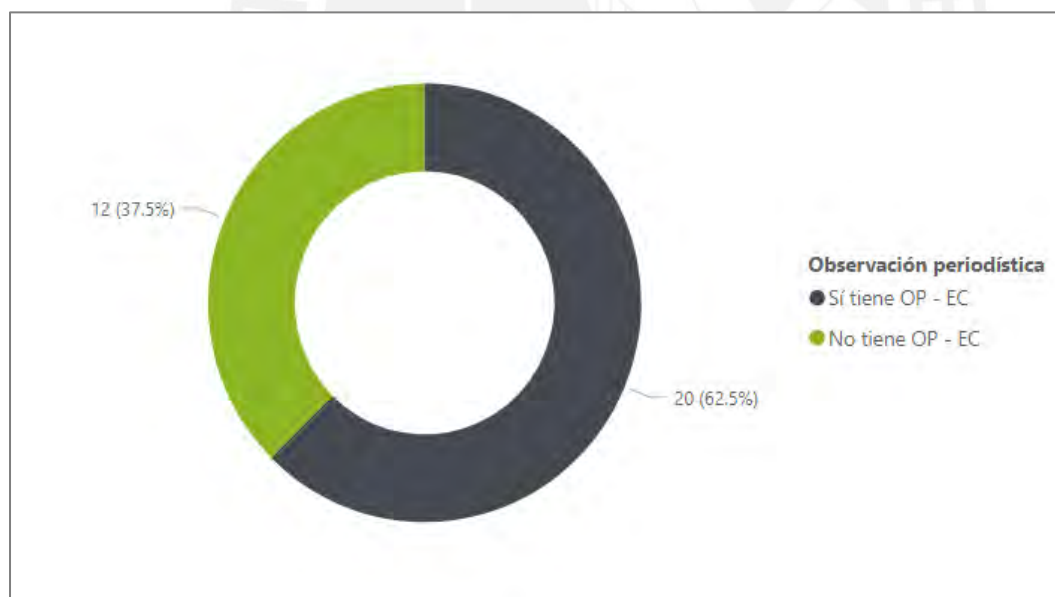


Figura 28

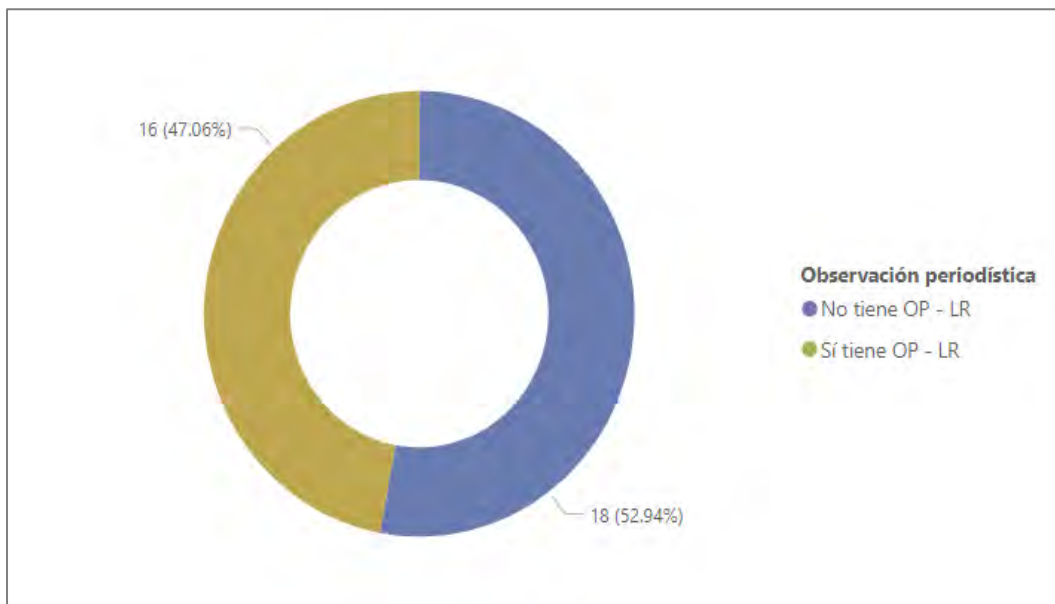
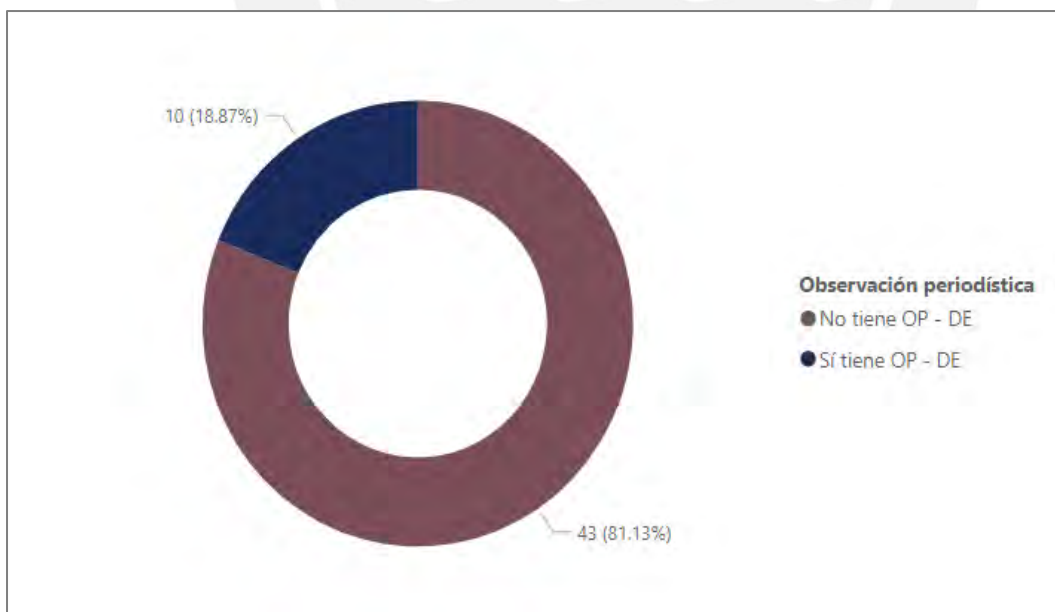
Observación periodística en La República

Figura 29

Observación periodística en Depor

Conclusiones

El objetivo principal de esta investigación fue determinar cuál fue el diario que registró los niveles más bajos de calidad informativa durante la cobertura de los Juegos Panamericanos Lima 2019. A lo largo de la investigación, gracias a un análisis riguroso, se ha podido identificar los parámetros de calidad informativa de *El Comercio*, *La República* y *Depor*, en qué área fallaron, en qué área tuvieron una buena performance y en qué área tienen que mejorar. Como se menciona en cada apartado de esta investigación, se ha utilizado un modelo de análisis basado en el instrumento Valor Agregado Periodístico (VAP), adaptado por el autor de la tesis teniendo en cuenta la particularidad de los objetos de estudio y el tema a desarrollar. En ese sentido, se exponen a continuación las conclusiones del trabajo, acorde los objetivos y las bases teóricas de este estudio.

- 1. En los medios analizados, la calidad informativa no se mide necesariamente por cantidad de contenidos.** Como se ha mencionado en el marco teórico de esta investigación, diversos autores han tratado de definir el concepto de calidad informativa, sin embargo, es una tarea compleja llegar a una verdad única (Rey, 2003; De la Torre, 2009; Téramo, 2009; Amado, 2007). Todos coinciden en que el concepto tiene diversas dimensiones (De la Torre, 2009; Téramo, 2009). No obstante, una acepción válida es la que define la calidad en función del rigor periodístico, meta de los profesionales y de los medios de comunicación, para poder ofrecer a los lectores un periodismo con altos estándares de calidad.

Tras el análisis de contenido realizado por el autor durante la cobertura estudiada de *El Comercio*, *La República* y *Depor* sobre los Juegos Panamericanos Lima 2019, se puede

concluir que el rigor estuvo ausente en la muestra analizada, incluso en el diario deportivo más leído. Depor publicó más unidades noticiosas que El Comercio y La República; además, dio mayor espacio a la competición en las portadas, pero, según el VAP, los indicadores numéricos no implican una mayor calidad informativa, solo reflejan variables descriptivas de la producción de un medio. Esto implica que, pese a tener mayor presencia, Depor fue el diario con menos calidad informativa, según el análisis de las variables tanto del proceso de selección como del proceso de creación de la noticia. Ciertamente, se debe reconocer que eso es un claro ejemplo de que cantidad no es sinónimo de calidad en el periodismo.

En El Comercio, la situación fue contraria; este medio publicó menos unidades noticiosas en el periodo analizado y destino menos espacio al tema en la portada. De los tres periódicos analizados, el nivel de calidad informativa fue mayor que, entre otras variables, se puso en evidencia en la aplicación de géneros y formatos periodísticos utilizados para la difusión de la noticia.

La República tuvo aciertos y errores en la cobertura de los Juegos Panamericanos Lima 2019. Tras realizar el análisis de contenido, sus indicadores de calidad lo sitúan en un punto medio entre El Comercio y Depor, es decir, no fue el que registró menores niveles de calidad informativa, pero tampoco destacó en su cobertura periodística.

- 2. *El Comercio* no fue el mejor, pero sí superó a *La República* y *Depor*.** Esta investigación se basó en el VAP como instrumento de medición de calidad informativa. La mencionada herramienta propone dos vertientes para llegar a establecer los parámetros de calidad: el proceso de selección y el proceso de creación de la noticia, los

cuales tienen sus propios indicadores y variables. En el análisis de contenido se utilizaron trece indicadores, sin embargo, solo en once se han registrado datos numéricos, puesto que los tres medios analizados no tenían datos para dos variables.

El Comercio obtuvo las mejores cifras y promedios numéricos en siete de once variables, es decir, en más del 50% de indicadores el diario de referencia fue el mejor. Las mejores calificaciones se obtuvieron en los siguientes indicadores: tipo de noticia (similar que La República), número de fuentes personales, tipos de fuente, estructura narrativa (similar que La República), número de infografías, antecedentes de la noticia (similar que La República) y observación periodística. Además, únicamente en dos indicadores este diario tuvo números más bajos que los demás medios.

A pesar de que El Comercio fue el diario que más indicadores lideró y, por ende, el que obtuvo mayores niveles de calidad informativa, no quiere decir que la cobertura de los Juegos Panamericanos Lima 2019 de este medio haya sido óptima, ya que en los indicadores en los que superó al resto de medios analizados la ventaja que obtuvo es ligera. Asimismo, no solo obtuvo una ligera ventaja sobre La República y Depor, sino que los números obtenidos en el análisis están alejados de definirse como altos niveles de calidad informativa.

- 3. *La República* y su calidad informativa, ni bien ni mal.** Luego de realizar el análisis de contenido de los medios elegidos durante siete días, *La República* terminó en una posición de inconsistencia e irregularidad, con aciertos, pero también con errores. Como se ha mencionado, se utilizaron once indicadores para poder medir la calidad informativa en las coberturas de los medios seleccionados durante los Juegos

Panamericanos Lima 2019. *La República* lideró en cinco de ellos, los cuales son: tipo de noticia (similar que *El Comercio*), origen de la información, estructura narrativa (similar que con *El Comercio*), número de fotografías y antecedentes de la noticia.

La República tampoco tuvo niveles aceptables de calidad en su cobertura. Si bien eligió mejor que los otros medios la información, tuvo mayor número de fotografías por unidad noticiosa y utilizó una mayor variedad de géneros periodísticos que *Depor*, los niveles de calidad no son los adecuados para un medio de referencia.

Para futuras coberturas deportivas, *La República* debe replantearse los recursos humanos dedicados al levantamiento de la información, el espacio en portada, el nivel narrativo utilizado y otras variables. Solo de esta manera, el diario de referencia podrá alcanzar niveles altos de calidad informativa, aunque parece una tarea extenuante y complicada para los medios escritos, el autor de esta investigación cree que están en la capacidad para ofrecer contenidos de calidad a los lectores.

- 4. *Depor* sorprendió por su ausencia, muy alejado de contenidos de calidad.** En líneas anteriores se ha mencionado la importancia que le dio *Depor* a las unidades noticiosas sobre los Juegos Panamericanos Lima 2019 en la portada, sin embargo, este indicador no es propio del VAP para medir la calidad informativa. Del total de indicadores utilizados en el análisis de contenido, *Depor* solamente lideró en dos de ellos, lo que demuestra que, dentro de los bajos niveles de calidad informativa que registraron *La República* y *El Comercio*, *Depor* fue el menos riguroso en los contenidos entregados al lector.

Depor únicamente lideró en los indicadores de verbos de atribución y en el nivel narrativo, pero eso no es suficiente para establecer los parámetros mínimos de calidad informativa. Por consiguiente, el diario deportivo fue el que mostró los niveles más bajos de calidad informativa a comparación de *El Comercio* y *La República*. Siendo *Depor* un diario deportivo, de los más leídos del país, se esperaba que hubiese tenido una cobertura mejor, con temáticas variadas y diferentes géneros periodísticos, un destaque más relevante de la información, apelando a diversas estructuras narrativas. En futuros eventos deportivos que no sean de fútbol, *Depor* debería plantear el uso de nuevos y creativos formatos -entrevistas, informes, infoFiguras y Figuras estadísticas- muy útiles para el periodismo deportivo.

Pese a tener una oportunidad única de demostrar que las coberturas de la prensa deportiva pueden tener niveles altos de calidad informativa, *Depor* no aprovechó la magnitud de los Juegos Panamericanos Lima 2019 y desperdició la oportunidad de volverse en un referente del periodismo deportivo escrito a nivel latinoamericano.

5. Si no es ahora, ¿cuándo seremos buenos anfitriones de un megaevento deportivo?

Los Juegos Panamericanos son la máxima competición deportiva multidisciplinaria luego de los Juegos Olímpicos. Es el evento deportivo internacional más importante del continente americano, con exposición mundial y trampolín para deportistas que pugnan por conseguir una plaza en los Juegos Olímpicos. Perú tuvo el privilegio de ser el anfitrión de este evento deportivo, una oportunidad única para poner al país en el mapa deportivo de todo el mundo, para aumentar el turismo, para demostrar sus valores y riquezas en diversas áreas.

Los Juegos Panamericanos fueron un escenario que la prensa deportiva de los países de América aprovechó. En cuanto al Perú, el hecho de ser el anfitrión debió ser una motivación para los medios de comunicación, en especial para los medios deportivos, para ver la competición como una oportunidad. Ofrecer una cobertura completa y variada hubiera servido para demostrar la calidad informativa de los medios peruanos y tratar de convertirse en referentes en la región. Sin embargo, esta investigación ha demostrado lo contrario.

El análisis también puso en evidencia que se necesita mejorar la cobertura en diversos procesos y áreas; en la planificación temática de los contenidos, la organización de las portadas, la selección de géneros periodísticos y de las fuentes de la información, para romper con la dependencia del periodismo de declaraciones, entre otros aspectos. Ello incluye no desatender el aspecto empresarial y su influencia en las decisiones de las redacciones y los periodistas, no solo para tener un escenario más completo y descriptivo de los hechos, sino para entregar a los usuarios la información de calidad que merecen.

Recomendaciones

Limitaciones y futuras investigaciones

Aunque no fue un objetivo del estudio, hubiera sido interesante recoger los puntos de vista de los periodistas de *El Comercio*, *La República* y *Depor* que fueron parte de las coberturas durante los Juegos Panamericanos Lima 2019, autores de las informaciones o de los editores deportivos. Inicialmente, se programó entrevistarlos para este estudio, pero no fue posible hacerlo. Un estudio posterior podría hacerlo para conocer las condiciones de producción de esta cobertura. Otra oportunidad será estudiar un diario de provincia para comparar contenidos y coberturas, por lo que se sugiere explorar estas áreas a posteriori y tener un panorama más completo del periodismo deportivo en el país.

Sin lugar a duda, las investigaciones futuras deberán seguir midiendo la calidad informativa de las coberturas de la prensa deportiva escrita peruana. De esta manera, podrán identificarse los aciertos y los errores en el reporte de cada evento deportivo, replicar las prácticas de rigurosidad y dar más tribuna a los deportistas de todas las disciplinas. Un tema pendiente es recoger las opiniones y perspectivas de los periodistas deportivos, sobre todo aquellos que hacen trabajo de campo en cada competición, para determinar las fortalezas y debilidades de sus rutinas laborales.

Por otra parte, corresponde a las empresas periodísticas realizar estudios sobre la calidad informativa de sus medios de comunicación. Específicamente en el campo del periodismo deportivo, sería recomendable evaluar cómo se reportaron eventos en los que Perú será anfitrión, sean de fútbol o vóley, deportes más populares y seguidos por una gran cantidad de ciudadanos peruanos.

Referencias

- ¿Cómo consumen medios los peruanos? (2018). *La República*.
<https://larepublica.pe/marketing/1196353-como-consumen-medios-los-peruanos>
- Alcoba, A. (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Editorial Paraninfo S.A. Magallanes.
- Alessandri, F., Edwards, C., Pellegrini, S., Puente, S., Porath, W., Rozas, E., & Saavedra, G. (2000). *Estudio de Calidad Periodística "El Comercio"*. Pontificia Universidad Católica de Chile. Facultad de Comunicaciones/Escuela de Periodismo.
- Álvarez, G. (2008). El fútbol en Lima: actores e instituciones (1892-1912). En A. Panfichi (Ed.), *Ese gol existe. Una mirada al Perú a través del fútbol* (pp. 25-58). Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.
- Amado Suárez, A. (2007). *Periodismo de calidad: Debates y desafíos*. La Crujía Ediciones.
- Amado Suárez, A. (2009). *La prensa de la prensa: Periodismo y relaciones públicas en la información*. Biblos.
- Angulo, L. (2015). Análisis, en perspectiva, de los contenidos deportivos de noticias uno: ¿un camino hacia la calidad informativa en televisión? *Fonseca: Journal of Communication*, (10), 167-202.
- Arrueta, C. (2012). *¿Qué realidad construyen los diarios? Una mirada desde el periodismo en contextos de periferia*. La Crujía.
- Barbero Gonzáles, M. A. (2017). Los Juegos Olímpicos de Río 2016: La explosión del deporte femenino español en el diario ABC. *Citius, Altius, Fortius*, 10(1), 39-50.
<http://dx.doi.org/10.15366/citius2017.10.1.003>
- Cairo, A. (2012). *The functional art: An introduction to information graphics and visualization*. New Riders.

Calle, A. (2020). Dan Lerner: El periodismo deportivo peruano vive del sensacionalismo.

Somos Periodismo. <https://somosperiodismo.com/dan-lerner-el-periodismo-deportivo-peruano-vive-del-sensacionalismo/>

Consejo Consultivo de Radio y Televisión. (2022, diciembre). *Estudio cuantitativo sobre*

consumo radial y televisivo – Nacional. <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2023/02/Informe-Final-Est.-Consumo-Radial-y-Televisivo-2022-Nacional-Ciudades.pdf>

CPI. (2016). *Estudio de lectoría de diarios en Lima y 15 principales ciudades*.

https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/LectoriaDiarios_2016.pdf

CPI. (2017). *Top five de diarios en 15 principales ciudades*.

https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/top5_diarios_2017.pdf

CPI. (2022). *OVERMEDIA: Noviembre 2022*. [https://andaperu.pe/wp-](https://andaperu.pe/wp-content/uploads/2023/01/CPI_Overmedia.pdf)

[content/uploads/2023/01/CPI_Overmedia.pdf](https://andaperu.pe/wp-content/uploads/2023/01/CPI_Overmedia.pdf)

De la Torre, L., & Téramo, M. T. (2009b). “Modelo VAP: una propuesta para medir la calidad informativa”. *Revista Latina de Comunicación Social*, (64), 100-113.

De la Torre, L., & Téramo, M. T. (2014). *Medición de la calidad periodística: La información y su público*. Instituto de Comunicación Social de la Universidad Católica Argentina.

De la Torre, L., & Téramo, M.T. (2009a). La calidad periodística en un diario regional: los periodistas, el medio y sus lectores. *Palabra Clave*, 12(1), 83-104.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852009000100005&lng=en&tlng=es.

Deportes L., R. (2023, 16 agosto). Líbero, el sitio web deportivo más leído en Perú en abril del 2023, según Comscore. *La República*.

<https://larepublica.pe/deportes/2023/08/15/libero-el-sitio-web-deportivo-mas-leido-en-peru-segun-ultimo-reporte-de-comscore-1291785>

- Díaz, M., & Mellado, C. (2017). Agenda y uso de fuentes en los titulares y noticias centrales de los medios informativos chilenos. Un estudio de la prensa impresa, online, radio y televisión. *Cuadernos.info*, (40), 107-121. <https://doi.org/10.7764/cdi.40.1106>
- Domínguez Pérez, J. P. (2009). Ensayo sobre la cuádruple espectacularidad del periodismo deportivo. *Razón y Palabra*, 14(69) 1-15.
<http://www.razonypalabra.org.mx/ENSAYO%20SOBRE%20LA%20CUADRUPLE%20ESPECTACULARIDAD%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO.pdf>
- Fernández Muerza, A. (2004). *Estudio del periodismo de información científica en la prensa de referencia: El caso español a partir de un análisis comparativo* (Doctorado). Universidad del País Vasco. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Departamento de Periodismo II.
- Gambarato, R. R., Alzamora, G. C., & Tárca, L. P. T. (2016). Russian News Coverage of the 2014 Sochi Winter Olympic Games: A Transmedia Analysis. *International Journal of Communication* (19328036), (10), 1446–1469. <https://talkingobjects.files.wordpress.com/2016/07/full-article-ijoc.pdf>
- García Avilés, J. A. (2011). “La infografía interactiva en los cibermedios españoles”. *El profesional de la información*, 20(6), 642-650.
- Ghea, M. E., & Blázquez, V. (2020). *Los géneros periodísticos*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Gómez-Bueno, J. (2014). La rumorología y el uso de las fuentes de información en los medios de comunicación deportivos en España. *Palabra Clave*, 17(2), 456-483.
- Gomis, L., & Giner, S. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. UOCpress.
- Gutiérrez, L. (2006). Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio. *Palabra Clave*, 9(1), 29–56.

Hayashi, K., Curran, J., Kwak, S., Esser, F., Hallin, D. C., & Lee, C.-C. (2016). Pride and Prejudice. *Journalism Studies*, 17(8), 935–951.

<https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1019550>

Ipsos. (2015). *Hábitos y actitudes hacia la prensa escrita*.

https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-02/habitos_actitudes_prensa2015.pdf

Ishikawa, K. (1986). *How to apply company-wide quality control in foreign countries*. Center for Quality and Productivity Improvement, University of Wisconsin--Madison.

Jáuregui, E. (2015). Jaime Pulgar Vidal: “Si no argumentas no eres un periodista, eres un hincha más con un micrófono en la mano”. *Somos Periodismo*.

<https://somosperiodismo.com/jaime-pulgar-vidal-si-no-argumentas-no-eres-un-periodista-eres-un-hincha-mas-con-un-microfono-en-la-mano/>

Juegos Panamericanos 2019. (2019). *Libero*. <https://libero.pe/tag/juegos-panamericanos-2019>

La República: Origen y madurez de un diario. (2019). *La República*.

<https://larepublica.pe/domingo/2019/11/17/la-republica-origen-y-madurez-de-un-diario>

Lima 2019. (2019). *Depor*. <https://depor.com/noticias/lima-2019>

López, A. (2019). *Movistar realizará cobertura especial de Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Lima 2019*. Mercado Negro.

[https://www.mercadonegro.pe/marketing/movistar-realizara-cobertura-especial-de-juegos-panamericanos-y-parapanamericanos-en-lima-](https://www.mercadonegro.pe/marketing/movistar-realizara-cobertura-especial-de-juegos-panamericanos-y-parapanamericanos-en-lima-2019/#:~:text=As%C3%AD%20la%20empresa%20de%20telecomunicaciones,en%20los%20Juegos%20Lima%202019.)

[2019/#:~:text=As%C3%AD%20la%20empresa%20de%20telecomunicaciones,en%20los%20Juegos%20Lima%202019.](https://www.mercadonegro.pe/marketing/movistar-realizara-cobertura-especial-de-juegos-panamericanos-y-parapanamericanos-en-lima-2019/#:~:text=As%C3%AD%20la%20empresa%20de%20telecomunicaciones,en%20los%20Juegos%20Lima%202019.)

Lozano, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Naucalpan de Juárez. Pearson Educación.

- Manfredi Sánchez, J. L., Rojas Torrijos, J. L., & Herranz de la Casa, J. M. (2015). Entrepreneurial journalism: Sports journalism in Spain. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 69-90. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1035>
- Márquez-Ramírez, 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. <https://doi.org/10.7764/cdi.40.1009>
- Martín Vivaldi, G. (1973). *Géneros periodísticos: reportaje, crónica, artículo*. Ediciones Paraninfo.
- Martínez-Albertos, J.L. (1989). *El lenguaje Periodístico*. Editorial Paraninfo S.A.
- Memoria Institucional Lima 2019. Los mejores Juegos Panamericanos y Parapanamericanos de la historia. (2020). <https://files.legado.gob.pe/Memoria+Lima+2019+-+Interactivo.pdf>
- Molina Vizcarra, J. (2009). Periodismo deportivo 3.0. *Razón y Palabra*, 14(69), 1-10. <http://www.razonypalabra.org.mx/PERIODISMO%20DEPORTIVO%2030.pdf>
- Munive, M. (2016). Periodismo de declaraciones: Cuando la prensa renuncia a ser el lugar de los hechos. *Conexión*, (6), 42-57. <https://doi.org/10.18800/conexion.201602.003>
- Nogales Bocio, A. I., & Torres Hermoso, P. (2018). Calidad informativa y Periodismo de sucesos. Aproximación a la cobertura del caso Asunta. En A. I. Nogales Bocio, M. A. Solans García, & C. Marta-Lazo (Eds.), *Estándares e indicadores para la calidad informativa en los medios digitales* (pp. 107-124). Egregius.
- Pahuacho Portella, A. R. (2018). Aproximación a los estudios sobre fútbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión. *Revista de Comunicación*, 17(1), 114–132. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A6>

- Pellegrini, S., & Mujica, M. C. (2006). Valor Agregado Periodístico (VAP): la calidad periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo. *Palabra Clave*, 9(1), 11-28.
- Pellegrini, S., Mujica, M. C., & Edwards, C. (2006). VAP: un sistema métrico de la calidad periodística. *Cuadernos de Información*, (19), 34-45.
- Pena de Oliveira, F. (2009). *Teoría del Periodismo*. Alfaomega.
- Pérez, I. (2009). El negocio del periodismo deportivo. *Razón y Palabra*, 14(69), 1-6. <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199520330050.pdf>
- Puente, S., Pellegrini, S., Alessandri, F., Porath, W., & Mujica, C. (2004). “Instrumento para evaluar la calidad periodística: El VAP compara a la prensa y televisión de Hispanoamérica”. *Cuadernos de Información*, (16-17), 3-15
- Quesada, M. (2012). *Curso de Periodismo Especializado*. Síntesis.
- Repase los eventos deportivos más importantes organizados por Perú. (2013). *América TV*. <https://www.americatv.com.pe/noticias/deportes/repase-los-eventos-deportivos-mas-importantes-organizados-por-peru-n119581>
- Rey, G. (2003). *Calidad informativa y cubrimiento del conflicto*. Proyecto Antonio Narino.
- Rivarola, M., & Rodríguez Díaz, R. (2015). La discapacidad en los medios de comunicación: Los Juegos Paralímpicos de Londres 2012. *Revista de Comunicación y Salud*, (5), 125-143. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5353618.pdf>
- Rodrigo, M. (1993). *La construcción de la noticia (2ª. Ed.)*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Rojas Torrijos, J. L. (2014a). Periodismo deportivo, divulgación e innovación. Estudio de casos de coberturas informativas internacionales de los JJ.OO. de Invierno 2014. *Textual & Visual Media*, (7), 241-254. <https://idus.us.es/handle/11441/31250>

- Rojas Torrijos, J. L. (2014b). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis*, (4), 179-192.
<https://doi.org/10.24265/cian.2014.n4.09>
- Rojas Torrijos, J. L. (2015). Nuevos horizontes del periodismo deportivo español: primeras revistas para móviles y tabletas en los diarios Marca y Sport. *Fonseca, Journal of Communication*, (10), 29-49.
<https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/48777/12910-45947-1-SM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Romero, L. M., Moreno, P., & Torres, A. (2016). Dimensiones e indicadores de la calidad informativa en los medios digitales. *Comunicar*, (49), 91-100.
<https://doi.org/10.3916/C49-2016-09>
- Salinas, C. (2015). *Prensa y fútbol en el Perú: la selección nacional en los tabloides deportivos*. Universidad San Martín de Porres. Fondo Editorial.
- Sánchez-Taberner, A. (2008). *Los contenidos de los medios de comunicación. Calidad, rentabilidad y competencia*. Ediciones Deusto.
- Scherman, A., & Mellado, C. (2019). La performance periodística en la cobertura deportiva: un estudio comparado de televisión, radio, prensa impresa y medios online en Chile. *Palabra Clave*, 22(3), e2238. <http://doi.org/10.5294/pacla.2019.22.3.8>
- Sontag, S. (1977). *Sobre la fotografía*. Ediciones Alfaguara.
- Téramo, M. (2009). Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros. *Palabra Clave*, 9(1).
- Téramo, M., & De la Torre, L. (2004). *La noticia en el espejo: medición de la calidad periodística: la información y su público*. Editorial de la Universidad Católica Argentina.

Valero Sancho, J. L. (2009). *La infografía periodística: concepto, clasificación y análisis*.

Fragua.

Vázquez Bermúdez, M. Á. (2006). *Noticias a la carta: Periodismo de declaraciones o la imposición de la agenda*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas; crítica y perspectivas* (1.^a Ed.). Paidós.

Yanes Mesa, R. (2003). La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura. *Ámbitos*, (9-10), 239-272.

